

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Globální diagnostika podniku v průmyslovém odvětví
Global Diagnostics of a Company in the Industrial Sector

Student:	Bc. Žaneta Adamová
Vedoucí diplomové práce:	RNDr. Igor Nytra

OSTRAVA 2013

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra podnikohospodářská

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Žaneta Adamová**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T020 Ekonomika podniku
Specializace: 00 Ekonomika podniku
Téma: **Globální diagnostika podniku v průmyslovém odvětví**
Global Diagnostics of a Company in the Industrial Sector

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Charakteristika společnosti
 3. Teoreticko-metodologická východiska globální diagnostiky
 4. Aplikace vybraných diagnostických metod
 5. Návrhy a doporučení
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:


MIMICK, Richard H. a Michael THOMPSON. *Business Diagnostics: evaluate and Grow Your Business*. 2nd ed. Victoria: Trafford, 2006. 261 p. ISBN 1-55212-764-8.
RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. 4. vyd. Praha: Grada, 2011. 144 s. ISBN 978-80-247-3916-8.
VOCHOZKA, Marek. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011. 248 s. ISBN 978-80-247-3647-1.


Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Igor Nytra**

Datum zadání: 23.11.2012
Datum odevzdání: 26.04.2013




Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci včetně příloh vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Ostravě dne 22.4.2013

.....
vlastnoruční podpis autora

Obsah

1. Úvod	5
2. Charakteristika společnosti Kofola a.s.	6
2.1 Stručná charakteristika společnosti	6
2.2 Profil a historie společnosti.....	6
2.3 Představenstvo a dozorčí rada.....	9
2.4 Organizace společnosti	10
2.5 Struktura společnosti	10
2.6 Historie značky Kofola	11
3. Globální diagnostika podniku	13
3.1 Podnik jako systém.....	13
3.1.1 Posouzení zdraví podniku	14
3.1.2 Diagnostika podnikatelského prostředí	15
3.1.3 Metody a techniky zkoumání podnikatelského prostředí	16
3.1.4 Porterova analýza pěti sil.....	17
3.1.5 SWOT analýza	18
3.2 Bonita a hodnota podniku	20
3.2.1 Bonita podniku	20
3.2.2 Hodnota podniku	20
3.2.3 Metody a techniky diagnostikování podniku	21
3.2.3.1 Finanční analýza podniku	21
3.2.3.2 Index bonity IB.....	34
3.2.3.3 Altmanův model	34
3.2.3.4 Taflerův bankrotní model.....	35
3.3 Diagnostika silných a slabých stránek podniku	35
3.4 Problémy a krizové jevy v podniku.....	36
3.4.1 Problémy v podniku	36
3.4.2 Krizové jevy v podniku	37
4. Aplikace vybraných diagnostických metod ve společnosti Kofola a.s.	39
4.1 Strategická analýza podniku	39
4.1.1 Analýza makrookolí	39
4.1.2 Analýza mikrookolí.....	40
4.1.3 Analýza konkurence	40

4.2	Analýza vybraných absolutních ukazatelů	41
4.2.1	Horizontální analýza.....	41
4.2.1.1	Horizontální analýza rozvahy	42
4.2.1.2	Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát	45
4.2.2	Vertikální analýza	46
4.2.2.1	Vertikální analýza rozvahy.....	46
4.2.2.2	Vertikální analýza výkazu zisku a ztrát	48
4.2.3	Analýza bilančních pravidel	50
4.3	Analýza vybraných rozdílových ukazatelů	52
4.3.1	Čistý pracovní kapitál.....	52
4.4	Analýza vybraných poměrových ukazatelů	53
4.4.1	Ukazatele rentability.....	53
4.4.2	Ukazatele aktivity.....	55
4.4.3	Ukazatele likvidity	56
4.4.4	Ukazatele zadluženosti	57
4.4.5	Ukazatele produktivity	58
4.5	Analýza vybraných soustav ukazatelů.....	59
4.5.1	Pyramidové soustavy.....	59
4.6	Indexy hodnocení podniku.....	60
4.6.1	Altmanův model.....	60
4.6.2	Index IN05	61
4.6.3	Taflerův bankrotní model	62
4.7	Porterova analýza pěti sil.....	63
4.8	SWOT analýza	65
5.	Návrhy a doporučení	68
6.	Závěr	72
	Seznam použité literatury	73
	Seznam zkratk	76
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	

1. Úvod

V dnešní době se podniky setkávají s chaotickými a hektickými jevy, jež ovlivňují postavení, pozici, ale i vedení si na trhu, ať už na trhu konkurenčním či spotřebitelském. Je tedy zapotřebí naučit se přizpůsobovat a reagovat vzniklým komplikacím. Pojem diagnostika podniku slouží k zjišťování a rozpoznávání chorob, které podnikům hrozí. Diagnostika podniku používá k zjištění tzv. podnikových nemocí, různých metod, mezi které patří nejvíce známa finanční analýza.

Diplomová práce je zaměřena na souhrnnou diagnostiku společnosti Kofola a.s. se sídlem v Krnově. Společnost Kofola a.s. se zabývá výrobou a prodejem nealkoholických nápojů a sirupů, vyrábí historickou značku nealkoholického nápoje Kofola, jenž je vyhlášeným nealkoholickým nápojem v české, slovenské a polské republice.

Cílem práce je zjistit celkové zdraví společnosti Kofola a.s. s pomocí diagnostických metod a technik, sloužících k rozpoznání podnikových jevů. V první kapitole se práce zabývá charakteristikou společnosti Kofola a.s., její historií a historií nealkoholického nápoje značky Kofola. Kapitola obsahuje základní údaje a informace o společnosti Kofola a.s., dále pak její strukturu a organizaci společnosti. Druhá kapitola se věnuje teoretickému hledisku globální diagnostiky společnosti, popisuje základní pojmy diagnostiky podniku, její metody a techniky sloužící k zjištění podnikových nemocí. Třetí kapitola slouží k aplikaci vybraných diagnostických metod společnosti Kofola a.s. Mezi vybrané metody, jež jsou obsahem této práce, patří finanční analýza, SWOT analýza, bankrotní a bonitní modely, Porterova analýza pěti sil a strategická analýza společnosti. Závěrem práce budou k dispozici návrhy a doporučení, která budou reagovat na výsledná data z aplikační části.

2. Charakteristika společnosti Kofola a.s.

Charakteristika společnosti slouží k seznámení se s objektem, jenž je hlavním předmětem zkoumání diagnostiky finančního zdraví podniku. Jednotlivé podkapitoly slouží k zjištění základních údajů podniku až po historii, jak podniku samého, tak k historii značky nealkoholického nápoje Kofola.

2.1 Stručná charakteristika společnosti

Obchodní firma:	Kofola a.s.
Sídlo společnosti:	Za drahou 165/1, 794 01 Krnov
Právní forma:	Akciová společnost
Spisová značka:	3021 B, Krajský soud v Ostravě
Základní kapitál:	268 653 000,- Kč
Datum vzniku:	3. 1. 2007
Identifikační číslo:	22767680
Generální ředitel:	Jannis Samaras

Logo společnosti:



Lokalizace:

Moravskoslezský kraj

Předmět podnikání:

Obchodní činnost

Předmětem podnikání je výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona. Dále pak činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, ale také pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor bez poskytování jiných než základních služeb spojených s pronájmem

2.2 Profil a historie společnosti

Společnost Kofola je součástí skupiny Kofola, jednoho z nejvýznamnějších výrobců nealkoholických nápojů se sedmi výrobními závody na čtyřech trzích střední a východní Evropy. Celkově společnost v České republice zaměstnává 700 lidí.

Do produktového portfolia a hlavním předmětem podnikání společnosti patří tradiční kolový nápoj s originální recepturou Kofola, řada ovocných nápojů, sirupů a koncentrátů

Jupí, dětský nápoj Jupík a Jupík Aqua, přírodní pramenitá voda Rajec a Rajec Bylinka, hroznový nápoj Top Topic a Vinea, pravá americká RC Cola a Chito Tonic.¹

Dalšími předměty podnikání společnosti zapsané v obchodním rejstříku je například pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor bez poskytování jiných než základních služeb spojených s pronájmem, dále pak výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách č. 1 až 3 živnostenského zákona a posledním předmětem je činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence.

V roce 1993 koupila rodina řeckého rodáka Kostase Samarase sodovkárnu státního podniku Nealko Olomouc v Krnově a zahájila výrobu sycených nápojů pod původním názvem SP Vrachos s.r.o. Dále pak v tomto roce byla založena firma HOOP v Polsku. Následuje období roku 1996 – 1999, v roce 1996 došlo k založení dceřiné dopravní společnosti SANTA – NÁPOJE KRNOV. Tento rok je také považován za oficiální vznik společnosti Kofola, jak ji známe dnes. Rok 1998 je v Kofole charakteristický technologickým rozvojem a vstupem na slovenský trh nebo založením dceřiné distribuční společnosti SANTA NÁPOJE SLOVENSKO spol. s.r.o. Rok 1999 je významný představením nové značky Jupí. HOOP v Polsku spolupracoval s největším výrobcem nealkoholických nápojů v Anglii – Britvic International Ltd. V roce 1997. V roce 2000 poprvé firma spojila svůj výrobní program s nápojem Kofola, když s opavskou farmaceutickou společností Ivax, tehdejšími vlastníky značky, uzavřela licenční smlouvu na jeho stáčení. Koupě registrované ochranné značky Top Topic proběhla v roce 2001 a proběhlo tedy i znovuvvedení tohoto tradičního nápoje s obsahem hroznové šťávy na český a slovenský trh. Dalším příspěvkem na trh byl také nový přírůstek rodiny Jupí – ovocný nápoj pro děti Jupík. Na Slovensku v tomto roce došlo k zahájení výstavby výrobního závodu v Rajecké Lesné. 2002 jako rok expanzí a strategických investic – nákup registrované obchodní známky a originální receptury tradičního nápoje Kofola od společnosti Ivax za 215 milionů korun. Obchodní jméno společnosti v České republice a její dceřiné společnosti na Slovensku bylo změněno na Kofola, a.s. HOOP v Polsku koupil pak většinový podíl výrobce minerální vody a nápojů v Grodzisk Wielkopolski. V roce 2003 v Polsku byla založena dceřiná společnost pod obchodním jménem Kofola Sp. Z o.o. Kofola a.s. získala certifikaci svého systému jakosti dle normy ČSN EN ISO 9001:2000. Polská HOOP získal 50 % akcií společnosti Megapack v Rusku a vstoupil na Varšavskou burzu cenných papírů. Rok 2004 a první inovace československého tradičního

¹ <http://firma.kofola.cz/21-profil-spolecnosti.html>

nápoje Kofola po 40 letech existence – představení značky Kofola Citrus. Kofola pokračovala v expanzi se založením dceřiné společnosti Kofola Rt. v Maďarsku. Na český a slovenský trh navázala výstavba nového výrobního závodu v polském Kunu a Lodži. Vstoupila do segmentu balených vod s pramenitou vodou Rajec. V roce 2005 se konalo slavnostní otevření výrobního závodu v Polsku. Jednalo se o největší českou investici v této zemi vůbec. Produktové portfolio na českém a slovenském trhu společnost rozšířila znovuvvedením nápoje Chito Tonic a stala se také výhradním výrobcem a distributorem nápoje Capri-Sonne. V listopadu roku 2006 došlo k vyčlenění holdingu jako společnosti s vlastní právní subjektivitou a názvem Kofola Holding, a.s. Koupě české nápojářské společnosti Klimo, s.r.o. Na trh byla uvedena řada přírodních 100 % džusů a ovocných nápojů Jupí. HOOP převzal společnost PAOLA S.A. Rok 2007 je charakteristickým představením nového výrobků Rajec Bylinka – přírodní pramenité vody obohacené o rostlinné výtažky z meduňky a mateřídoušky. Při premiérové účasti v žebříčku 100 obdivovaných firem České republiky obsadila Kofola 8. Místo. Akcionáři společnosti Kofola Holding a.s. a polské nápojářské trojky Hoop S.A. uzavřeli dohodu o sloučení obou firem. V roce 2008 nově vznikla skupiny Kofola – Hoop získala nového investora – společnosti Enterprise Investors se 42,45% akcií. Majoritní podíl společnosti zůstává nadále u českých majitelů. Společnost Kofola na Slovensku koupila ochrannou známku Vinea. Nápoj Kofola začal být nově ve verzi Kofola Bez cukru. Následuje rok 2009 a změna jména společnosti Kofola – Hopp S.A. na Kofola S.A. Rozšíření výrobních a skladových prostor v Rajecké Lesné na Slovensku . investice ve výši 10 mil. EUR. V první polovině roku 2009 vykázala skupina Kofola konsolidovaný čistý zisk ve výši 2,498 mil. EUR. V roce 2011 akvizice firmy Pinelli doplnila portfolio o energetické nápoje Semtex a Erektus. Představení novinek Vinea Rose, Kofola bylinková, Jupí sirupy v sáčcích a doplnění řady Rajec o nové příchutě. Kofola se objevila po několika letech znovu v plechovce. Investici ve výši 150 mil. Kč do moderní technologie hotfill umožnila výrobu nápojů bez konzervantů – Jupí sirupy Superhusté, Snipp s kousky aloe vera a Pickwick ice tea. Generální ředitel Kofoly Jannic Samaras vyhrál titul Podnikatel roku 2011. Rok 2012 Kofola Holding a.s. se přejmenovala na Kofola Československo a.s. Představení novinek Rajec kojenecká voda, bylinné sirupy Jupí, Smetex Cool, Smetex Crazy, Chito Ginger Beer a Cloudy Lemon. Vinea a Pickwick se začaly vyrábět v plechovce.²

² <http://firma.kofola.cz/21-profil-spolecnosti.html>

Obr. 2.1: Sídlo společnosti a pohled na areál společnosti Kofola a.s. v Krnově



Zdroj: Internetové stránky společnosti Kofola a.s.

2.3 Představenstvo a dozorčí rada

Představenstvo a dozorčí rada společnosti Kofola a.s. je nedílnou a podstatnou složkou společnosti. Představenstvo se skládá z funkcí jednoho předsedy, jednoho místopředsedy a až tří členů představenstva. Dozorčí rada se skládá z jednoho předsedy a dvou členů dozorčí rady. Způsobem jednání společnosti je jménem společnosti, je zde oprávnění jednat vždy společně předseda představenstva spolu s jedním členem představenstva nebo místopředseda představenstva spolu s jedním členem představenstva.

Obr. 2.2: Funkční uspořádání představenstva a dozorčí rady společnosti

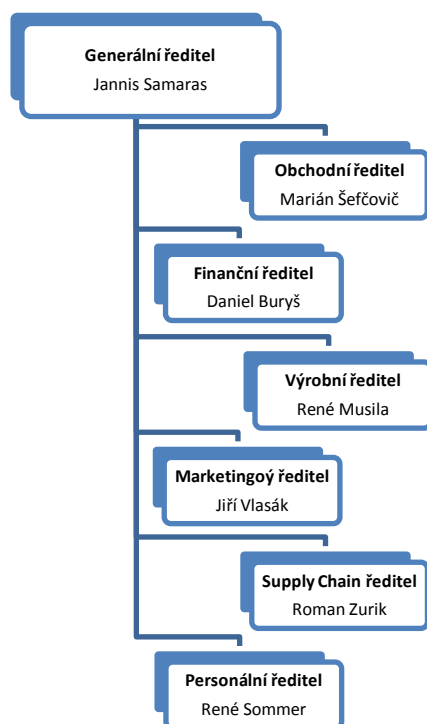
	Funkce	Jméno
Představenstvo	Předseda	Janis Samaras
	Místopředseda	Marián Šefčovič
	Člen	Jiří Vlasák
	Člen	René Musila
	Člen	Daniel Buryš
Dozorčí rada	Předseda	RNDr. Petr Pravda
	Člen	Niki Sommerová
	Člen	Kostas Samaras

Zdroj: účetní závěrka Kofola a.s. 2011

2.4 Organizace společnosti

Organizace společnosti Kofola a.s. je rozčleněna na sedm funkcí, které jsou kromě generálního ředitele Jannise Samarase obměňovány. K 31. 12. 2011 je aktuální funkční pozice následujících pracovníků, uvádí tak obrázek č. 2.3.

Obr. 2.3: Funkční členění organizace společnosti Kofola a.s.



Zdroj: Justice.cz, účetní závěrka k 31. 12. 2011

2.5 Struktura společnosti

Skupinu Kofola tvoří:

Společnosti, závody a obchodní zastoupení:

- Kofola ČeskoSlovensko a.s., Kofola S.A. – Ostrava (CZ), Varšava (PL)
- Kofola a.s. – Krnov, Mnichovo Hradiště, Praha (CZ)
- Kofola a.s. – Rajecká Lesná, Senec, Malý Šariš, Zvolen (SK)
- OOO Megapack – Moskva (RU)

Distribuční společnosti:

- Santa trans spol. s.r.o. (CZ)
- Santa trans spol. s.r.o. (SK)

- PCD Hoop Sp. z o.o. (PL)
- TransportSpedycja Handel Sulich Sp. z o. o. (PL)
- OOO Trading House Megapack (RU)³

2.6 Historie značky Kofola

Kořeny značky Kofola jsou úzce propojené s historií opavské firmy Galena a ta zase s historií farmaceutických výrobků a rostlinných extraktů v Opavě. Už v roce 1883 v Opavě – Kylešovicích založil opavský lékárník Gustav Hell firmu G.Hell a Comp, vyrábějící kromě farmaceutických výrobků, cukrovinek, sodovou vodu a sladové extrakty. V době první republiky se změnila na Hellco a.s. a po válce v říjnu 1945 byla jako německá firma znárodněna a 7. března 1946 byla jako závod č. 41 začleněna do nově ustaveného národního podniku Spojené farmaceutické závody se sídlem v Praze. V říjnu 1952 vznikl potom v rámci VHJ Spofa Praha národní podnik Galena Opava, který měl kromě výroby léčiv zaměření i na pěstování rostlinných kultur, technologie extrakce a výrobu tinktur.

Vznik značky Kofola se vztahuje ke konci padesátých let dvacátého století. Roku 1957 dostala Spofa z nejvyšších politických míst zadání zajistit vývoj a výrobu nealko nápoje, který bude schopen nahradit západní imperialistické nápoje kolového typu. Úkolu se ujal tým z Výzkumného ústavu léčivých rostlin v Praze pod vedením doc. RNDr. PhMr. Zdeňka Blažka, CSc. Ten také po několika letech vývoje v roce 1959 úspěšně zakončil vývoj originálního sirupu KOFO, směsi bylinných a ovocných extraktů s obsahem kofeinu. Z něho se následně vyráběla sycená, osvěžující limonáda, Kofola. Původně se měla jmenovat Kofocola, ale vzhledem k délce názvu a problémům s ochrannou známkou se její jméno zkrátilo na Kofola, to už ji tak zůstalo. První výroba Kofoly proběhla v národním podniku Zátka v Praze v roce 1960 a sirup KOFO se začal dodávat výrobcům nealkoholických nápojů v celém tehdejší Československu. V počátcích výroby byly využívány především domácí suroviny z organizovaného sběru léčivých rostlin, ale prodej sirupu Kofo, a tedy i Kofoly, se po pozvolných nárůstech objemů výroby na začátku šedesátých let začal prudce zvyšovat a tak domácí sběr přestal stačit a výrobce se musel obrátit o pomoc do zahraničí. Tento nárůst byl způsobený jednak zvyšujícím se počtem výrobců Kofoly a jednak obrovským nárůstem její popularity. Šlo o první domácí nápoj kolového typu na československém trhu.

³ <http://firma.kofola.cz/24-struktura.html>

Svého zlatého období se Kofola dočkala v sedmdesátých letech, když po obrovském úspěchu na potravinářské výstavě Ex Plzeň dosáhla její popularita absolutního vrcholu. Byly organizovány konference odborníků, slovo Kofola se objevovalo v názvech mnoho akcí, objevili se hudební skladby opěvující značku Kofola. Prudký zlom v prodeji Kofoly přinesly až změny na českém a slovenském trhu odstartované sametovou revolucí roku 1989. V kolových nápojích se začaly prosazovat zahraniční značky a trh začaly zaplavovat různé druhy levných kolových nápojů.

Koncem 90-tých let se situace začala obracet. V roce 1998 se značka Kofola vrátila do regálů velkoobchodů, maloobchodů i potravinových řetězců pod křídly společnosti Santa nápoje a s ní začíná druhá zlatá éra této značky. V roce 2001 se objevila na českých i slovenských TV svérázná reklamní kampaň, při níž se Kofola poprvé pojí se sloganem „Když jí miluješ, není co řešit“ a oblila i prodeje značky Kofola znovu rychle rostly. V roce 2006 se již Kofola stala nejprodávanější značkou kolového nápoje 2L láhvi v SR i ČR. S rostoucím úspěchem značky se také dále rozšiřovala nabídka jejich chuťových variant. V roce 2004 byla na trh uvedena Kofola Citrus a na jaře 2008 se objevila Kofola bez cukru. Na oslavu vánoc 2007 byla na trhu uvedena limitovaná edice Kofola skořicová a v nabídce vánočních limitovaných edicí pokračuje značka i dále (Barborková, Hvězdičková).⁴

Obr. 2.4: Historická značka nealkoholického nápoje Kofola



Zdroj: internetové stránky společnosti Kofola a.s.

⁴ <http://www.kofola.cz/index/kofola-historie>

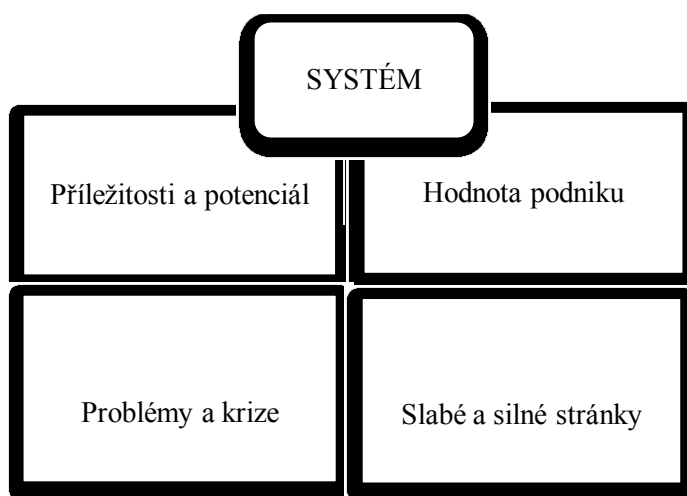
3. Globální diagnostika podniku

Globální neboli také celková diagnostika podniku se zaměřuje zejména na diagnostikování podniku z pěti pohledů. Diagnostika je nauka o rozpoznávání a jeho metodách, pod pojmem diagnostikování podniku si představíme význam slova určit, stanovit co a rozpoznat. Následuje pět pohledů diagnostikování podniku:

- 1) diagnostikování podniku jako systému,
- 2) diagnostikování bonity a hodnoty podniku,
- 3) diagnostikování silných a slabých stránek podniku,
- 4) diagnostikování podnikových problémů a krizí,
- 5) diagnostikování podnikových potenciálů.

Globální diagnostika podniku se rovněž zabývá výzkumem, formulací a ověřováním přístupů, metod a technik k rozpoznávání a vyhodnocování těchto stránek podniku.⁵

Obr. 3.1: Pět oblastí globální diagnostiky podniku



Zdroj: KAŠÍK, J. *Manažerská diagnostika a terapeutika podniku*. Ekonomická fakulta. Vysoká škola Báňská – Technická univerzita v Ostravě. Ostrava 2008, 14s.

3.1 Podnik jako systém

Pro úspěšné určení diagnostiky podniku je důležité pohlížet na podnik jako na systém, tzn. celistvě. Stejně je to jako lékař u pacienta, který přijde a stěžuje si, že má bolesti břicha, tudíž musí lékař provést kompletní vyšetření, aby tím odhalil, co pacienta za nemoc trápí.

⁵ KAŠÍK, J., MICHALCO, M., a kol. *Podniková diagnostika*. Ostrava: Tandem, 1998,

Tímto způsobem podnikový diagnostik zjišťuje a zkoumá vzniklý problém a to v těch nejširších souvislostech.⁶

3.1.1 Posouzení zdraví podniku

Všechny podniky se snaží za prvé za všech okolností přežít a za druhé docílovat co nejlepších výsledků hospodaření, tj. maximalizovat rozdíl mezi svými výnosy a náklady. Jestliže v podniku dochází k nepříznivému vývoji peněžních toků, může být ohrožen jeho život – jeho samotná existence. O finančně zdravém podniku můžeme mluvit tehdy, když nemá problémy se svou schopností včas uhrazovat splatné závazky. Důležitou podmínkou finančního zdraví je i perspektiva dlouhodobé likvidity, tzn., aby schopnost uhrazovat splatné závazky byla zachována i v budoucnu. Dlouhodobou likviditu významně ovlivňuje poměr mezi cizími a vlastními zdroji celkové finanční struktury podniku. Menší podíl cizích zdrojů znamená menší zatížení fixními platbami a signalizuje menší zranitelnost podniku při výkyvech výsledků hospodaření směrem dolů. Tím je takový podnik i jistější investici pro věřitele.

Dlouhodobá likvidita je však pouze jednou z podmínek finančního zdraví. Aby podniku někdo svěřil svůj kapitál, musí mít jistotu, že tento podnik dokáže jeho kapitál svou činností zhodnotit, jinými slovy, dokáže vytvářet svým podnikáním dostatečný přebytek výnosů nad náklady – zisk. Čím větší je výnosnost (rentabilita) kapitálu vloženého do podnikání, tím pevnější je finanční zdraví podniku.⁷

Finanční zdraví je tedy v zásadě ovlivňováno likviditou podniku, rentabilitou podniku a to v daném stupni naléhavosti. Podniky, které se těší pevnému zdraví, mají většinou šanci, že získají bez problému a za výhodných podmínek externí zdroje financování jak formou bankovních úvěrů, tak úspěšným prodejem podnikových obligací či emisí nových akcií. Finančně zdravý podnik však je i takový podnik, který externí zdroje minimalizuje a je schopen svůj efektivní rozvoj zajistit pouze interními zdroji financování. Pokud má podnik rostoucí problémy v peněžních tocích a zároveň klesá jeho výsledek hospodaření, nelze jeho finanční zdraví označit než jako chatrné, s tím, že podnik může s velkou pravděpodobností skončit v úpadku. Dalším pojmem používaným ve finanční analýze je finanční tíseň. Ta nastává tehdy, když podnik má tak velké potíže s likviditou, že je nemůže vyřešit bez výrazných změn v činnosti podniku a ve způsobu jeho financování. Mezi finančním zdravím

⁶ KAŠÍK, J., MICHÁLKO, M., a kol. Podniková diagnostika. Ostrava: Tandem, 1998, 75-77 s.

⁷ MRKVIČKA, J., KOLÁŘ, P. Finanční analýza. Praha: ASPI, 2006, 15 s.

a finanční tísní lze pochopitelně vyzorovat i určité přechodové fáze: buď je podnik ziskový a přitom má problémy s likviditou (fáze růstu podniku), což je zejména v českých podnicích dost častým jevem, nebo vykazuje účetně ztrátu, ale jeho likvidita není bezprostředně ohrožena.⁸

3.1.2 Diagnostika podnikatelského prostředí

Podnikatelské prostředí, v němž se firma nachází, zahrnuje faktory, jejichž působení obecně může na jedné straně vytvářet nové podnikatelské příležitosti, na druhé straně se může jednat o potenciální hrozby pro její existenci. Proto je nutno okolí podniku důkladně monitorovat a systematicky analyzovat. Důležitost těchto činností je dána především skutečností, že hlavní příčiny růstu, poklesu a jiných dlouhodobých změn fungování podniku jsou v převážné většině případů dány především vlivem faktorů okolí a teprve na druhém místě jeho vnitřní stavem, resp. rozvojem. Výzkumy rovněž potvrzují, že podniky, jejichž strategie jsou více přizpůsobeny realitě jejich okolí, jsou úspěšnější.⁹

Proto můžeme říci, že každý podnik existuje v určitém podnikatelském prostředí a je navzájem i jeho součástí. Je tímto prostřednictvím ovlivňován a sám také toto prostředí naopak ovlivňuje a to podle svého potenciálu. Prostor a jeho klima může působit pozitivně, neutrálně či negativně odvíjející se na realizaci podnikových aktivit.¹⁰

Typologie podnikatelského prostředí:

- Makropodnikatelské prostředí
- Mezzopodnikatelské prostředí
- Mikropodnikatelské prostředí

Do oblasti makropodnikatelského prostředí zahrnujeme například růst nebo pokles výkonu ekonomiky; růst nebo pokles inflace; růst nebo pokles zaměstnanosti; udržení nebo narušení vyrovnanosti státního rozpočtu; upevňování nebo narušení politické stability a mnoho dalších mimoekonomických parametrů země.

Do oblasti mezzopodnikatelského prostředí zahrnujeme například přírodně ekologické faktory; technickou a dopravní infrastrukturu; všeobecnou a ekonomickou kulturu; ekonomickou a podnikatelskou infrastrukturu; pilotní podnikatelské subjekty apod.

Do oblasti mikropodnikatelského prostředí zahrnujeme například soubor mikrofaktorů umění vlastnit, umění vést lidi, umění uspokojit potřeby, umění komunikovat

⁸ MRKVIČKA, J., KOLÁŘ, P. Finanční analýza. 2. vyd., Praha: ASPI, 2006, 15 s.

⁹ KEŘKOVSKÝ, M., VYKYPĚL, O. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2006, 40 s.

¹⁰ KAŠÍK, J. a kol. *Metody a techniky diagnostikování podniku*. Ostrava: MAJ, 1996, 39 s.

s podnikatelským makroprostředím a mezzoprostředím; umění formulovat podnikatelskou filozofii, zajistit identitu apod.¹¹

Z uvedených příkladů následuje ukázka několika praktických příkladů:

- O makroprostředí se zpravidla zajímají velké podniky a velké investiční společnosti. Malé firmy věnují zpravidla jen příležitostnou pozornost vybraným parametrům makroprostředí, které se bezprostředně dotýkají jejich aktivity, jejich místa působení.
- Mezzoprostředí je významně spojeno se životem malých a středních firem. Představuje pro ně každodenní reálný kontakt s prostorem, v němž se nacházejí, v němž působí, který je obklopuje. Toto prostředí je samozřejmě významné i pro velké firmy. Šíře jejich zájmů je velká a v podstatě se může týkat i více různých meziprostorů, které jsou tyto firmy navíc schopny přetvářet ke svému obrazu.
- Makroprostředí v podstatě vypovídá o vyzrálosti „osobnosti“ podniku. Velké firmy věnují těmto otázkám zpravidla značnou a stálou pozornost, malé a střední firmy se systematictěji věnují této problematice jen občas.¹²

Existuje tedy souvislost vztahu podnik a podnikatelské prostředí, ze kterého vyvstávají pro diagnostiku povinnosti určit image podniku, příležitost podniku, druhy a intenzitu ohrožení jeho úspěšného fungování v současnosti a pro budoucí strategii, určit jeho stávající a potenciální rizika, určit možnosti racionálně měnit formy podnikání a určit vhodnou lokalizaci podniku.¹³

3.1.3 Metody a techniky zkoumání podnikatelského prostředí

Mezi metody a techniky zkoumání podnikatelského prostředí, které zkoumají, jak se podnik v daném prostředí může pohybovat a chovat, zařazujeme zejména:

- pasportizaci podnikatelského prostředí – pasportem podnikatelského prostředí chápeme tabulkovou formu zpracování informací o určité zájmové zóně, lokalitě, obci, regionu apod. Jedná se o stručný informační přehled obsahující zejména slovní a číselné informace týkající se například identifikace zájmového území, seznamu nejdůležitějších firem a provozoven, ekologických omezení podnikání nebo kulturních památek, zařízení apod.

¹¹ KAŠÍK, J., MICHÁLKOVÁ, M., a kol. Podniková diagnostika. Ostrava: Tandem, 1998, 84-85 s.

¹² KAŠÍK, J., MICHÁLKOVÁ, M., a kol. Podniková diagnostika. Ostrava: Tandem, 1998, 85 s.

¹³ KAŠÍK, J. a kol. Metody a techniky diagnostikování podniku. Ostrava: MAJ, 1996, 41 s.

- diagnostickou misi, jedná se o návštěvy odborníků ve vybraných lokalitách, obcích, podnicích apod.,
- monitoring, který se zabývá permanentní činností specializovaných podniků zaměřených na účelové monitorování podnikatelského prostředí. Nejužší formou monitoringu jsou například konjunkturální výzkumy ČSÚ. Některé rozsáhlé koncepce pojmají monitoring jako regionální marketingový výzkum.
- studie podnikatelského prostředí, která je nejrozsáhlejší technika obsahující mimo jiné i popis historických i věcných charakteristik vymezeného územního celku, diagnózu potenciálů podnikatelského prostředí, dále pak přehledy hypotéz vývoje faktorů podnikatelského prostředí.¹⁴

3.1.4 Porterova analýza pěti sil

Mezi hlavní a významné charakteristiky odvětví jsou konkurenční síly, které působí v daném odvětví. Cílem modelu pěti sil je jasně pochopit síly, které v tomto prostředí působí, a identifikovat, které z nich mají pro podnik z hlediska jeho budoucího vývoje největší význam a které mohou být strategickými rozhodnutími managementu ovlivněny. Pro podnik, který chce dosáhnout úspěchu, je nezbytné rozpoznat tyto síly, vyrovnat se s nimi, reagovat na ně, a pokud je to jen trochu možné změnit jejich působení ve svůj prospěch.

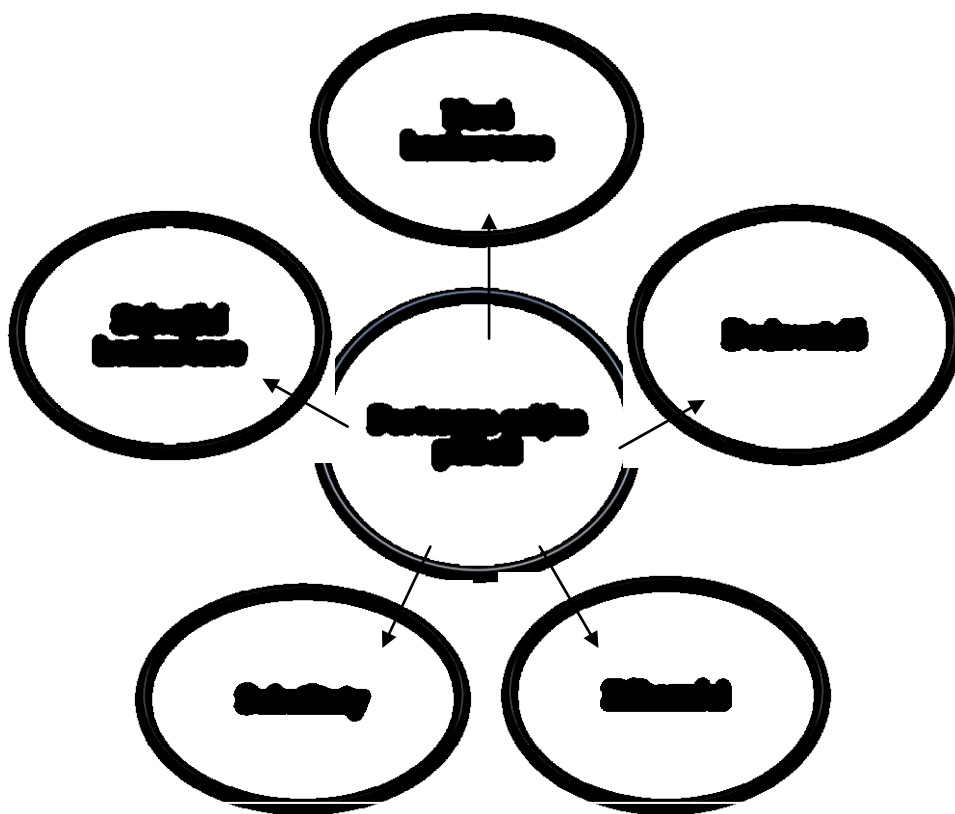
Konkurence na trhu v daném odvětví je funkcí pěti konkurenčních sil, které vyplývají:

- z rivality mezi konkurenčními podniky,
- z hrozby substitučních výrobků,
- z hrozby vstupů nových konkurentů,
- z vyjednávací pozice dodavatelů,
- z vyjednávací pozice kupujících.¹⁵

¹⁴ HUMLOVÁ, V., POČZATKOVÁ, B., FIALOVÁ V. *Podnikání a podnik II*. Ostrava: Union, 2005, 16 s.

¹⁵ SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010, 131 – 132 s.

Obr. 3.2: Porterova analýza pěti sil



Zdroj: Vlastní zpracování

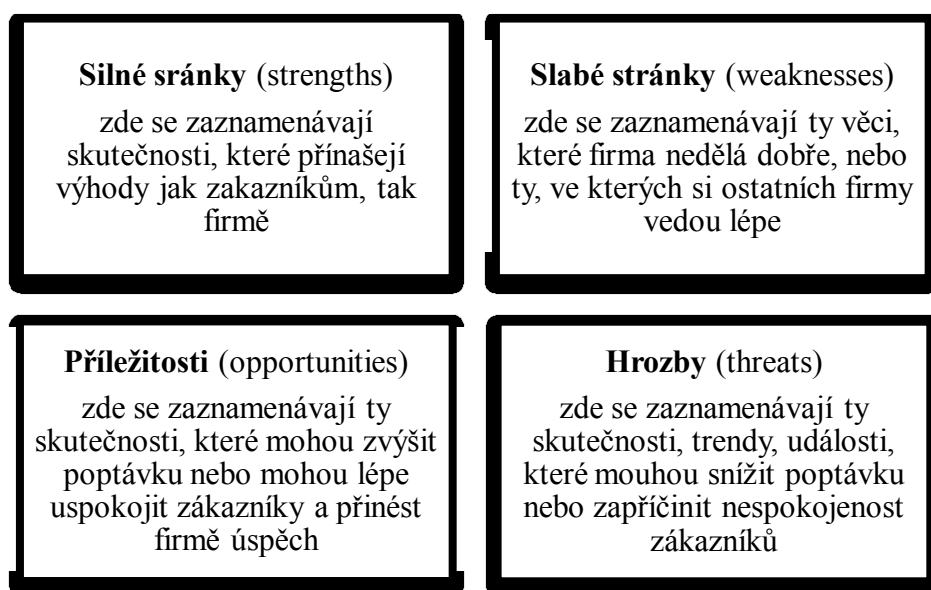
3.1.5 SWOT analýza

Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, do jaké míry jsou současná strategie specifická silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí.

SWOT analýza se také označuje jako analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, sestává z původně dvou analýz. První analýza SW a druhá analýza OT. V publikacích se doporučuje začínat vždy analýzou OT – příležitostí a hrozeb, které přicházejí z vnějšího prostředí firmy, a to jak makroprostředí, tak i mikroprostředí. Do makroprostředí řadíme faktory politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní a technologické. Do mikroprostředí zase zákazníky, dodavatele, odběratele, konkurenci, veřejnost apod. Po důkladně provedené analýze OT následuje analýza SW, která se týká vnitřního prostředí firmy (cíle, systémy, procedury, firemní zdroje, materiální prostředí, firemní kultura, mezilidské vztahy, organizační struktura, kvalita managementu aj.).¹⁶

¹⁶ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. Praha: Grada, 2008, 103 s.

Obr. 3.3: SWOT analýza



Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing: Strategie a trendy*.

Příležitosti a hrozby

Vedení podniku musí rozpoznat hlavní příležitosti a hrozby, jimž společnost čelí. Účelem této analýzy je donutit manažera předvídat důležité trendy, které mohou mít dopad na firmu. Mezi příležitosti můžeme brát například hospodářské klima, demografické změny, trh, technologie. Mezi hrozby zase něco jako konkurenční aktivitu, tlak ze strany distribučních kanálů nebo politiku EU. Ne však všechny hrozby vyžadují stejnou pozornost či obavy. Manažer by měl totiž posoudit pravděpodobnost jednotlivých hrozeb a potenciální škody, které mohou způsobit, potom by se měl zaměřit na nejprodávanější a potenciálně nejničivějších z nich a předem vypracovat plány, jak se s nimi vypořádat.

Silné a slabé stránky

Silné a slabé stránky v analýze SWOT nezahrnují všechny charakteristické rysy obchodní společnosti, ale jen ty, které mají vztah ke kritickým faktorům úspěchu. Mezi silné stránky řadíme například vedoucí pozice na trhu, přístup ke špičkovým technologiím, vynikající celosvětová distribuční síť, vedoucí pozice na několika velkých trzích apod. Mezi slabé stránky řadíme naopak například, že většina značek není příliš známá nebo poměrně nízký rozpočet podniku, malé zastoupení nebo celkově malá ziskovost.¹⁷

¹⁷ KOTLER P., WONG V., SANDERS J., ARMSRONG G. *Moderní marketing, 4. evropské vydání*. Grada, 2007. 97-99 s.

SWOT analýza může být velmi užitečným způsobem sumarizace mnoha analýz (analýzy konkurence, strategických skupin atd.) a jejich kombinování s klíčovými výsledky analýzy prostředí firmy. Nevýhodou SWOT analýzy je, že je příliš statická a navíc velmi subjektivní. SWOT analýza je oblíbená, ale její přínos pro tvorbu strategických marketingových dokumentů není nijak podstatný. Stále častěji je SWOT nahrazována její metodickou variantou, a to kvantitativní O-T analýzou, tj. analýzou strategických scénářů.¹⁸

3.2 Bonita a hodnota podniku

Pojem bonita a hodnota podniku jsou významově odlišné, ale přesto jsou do značné míry propojené a navzájem se ovlivňují.

3.2.1 Bonita podniku

Bonita podniku znamená schopnost podniku zhodnotit kapitál, přinášet efekty, plnit závazky. Měří se celou řadou ukazatelů. S tímto pojmem se nejvíce setkáváme v bankovníctví, jedná se zejména o takové situace, kdy klient žádá o úvěr. Banka v těchto případech posuzuje bonitu, která se týká ve významu schopnosti klienta splácet poskytnutý úvěr, finanční zdraví klienta. Dalším sektorem, ve kterém se můžeme s tímto pojmem setkat je např. v zemědělství ve spojení bonita půdy nebo bonitní třídy rostlin.

Zamyslíme-li se nad tímto pojmem a z obecního jeho obsahovou stránku, můžeme tento pojem považovat za jistý druh kvality, jakosti. Bonita je původem z latinského slova *bonus, bona, bonum* = dobrý. V podnikové diagnostice nejčastěji chápeme bonitu ve významu finančního zdraví podniku. Při posuzování bonity podniku bychom měli brát v úvahu především finanční situaci podniku, majetkovou situaci podniku, očekávanou příjmovou situaci, důvěryhodnost podniku a úroveň managementu.

3.2.2 Hodnota podniku

Hodnota podniku znamená pod obecným pojmem teoretické ocenění, které provádí hodnotitel ve vztahu k ostatním statkům, přičemž nejčastější formou vyjádření hodnoty je v současné době bezesporu peněžní částka.

Hodnocení podniku má sloužit k základním kritériím mající zásadní vliv na určení celého procesu hodnocení. V obecném pojetí, můžeme definovat různé účely a způsoby hodnocení /ocenění podniku.

¹⁸ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 104 s.

Prvním způsobem je hodnocení podniku podnikem samotným, resp. managementem tohoto podniku. K tomuto hodnocení dochází z několika různých důvodů:

- potřeba managementu - v některých společnostech je jedním kritériem hodnocení managementu např. dosažená hodnota společnosti, využívá hodnocení podniku jako zpětné vazby své činnosti.
- Potřeba majitelů – majitelé podniku mají výrazný zájem na informaci, jakým směrem a také jakou rychlostí se vyvíjí jejich bohatství. Mají tak velký zájem na co nejpřesnějších informacích o aktuálním stavu své společnosti.

Druhým způsobem je hodnocení z důvodu vlastnické změny ve společnosti, kde se jedná o důležitost znát tržní hodnotu společnosti z důvodu podílu ve společnosti. Může dojít k prodeji podniku, k prodeji podílu ve společnosti nebo k fúzi společnosti. Tyto vlastnické změny společnosti mají vliv na celkovou hodnotu společnosti a souvisí s ní i její právní forma.

Třetím způsobem je hodnocení podniku ze strany externích subjektů, mezi které řadíme dodavatele, odběratele, banky, pojišťovny, kooperující partnery, zaměstnance, odborové a oborové organizace apod. Tato skupina se obecně v moderní literatuře nazývá „stakeholderi“ - jedná se o skupinu, která v různých formách ovlivňuje hodnocený podnik a současně je i tímto podnikem ovlivňována.¹⁹

3.2.3 Metody a techniky diagnostikování podniku

K diagnostikování podniku slouží mnoho různých metod a technik, jak posoudit stav konkrétního podniku. Tato práce se zabývá nejčastější se vyskytující analýzou k posouzení finančního zdraví podniku – finanční analýzou a jejími ukazateli, dále pak už vybranými metodami jako je index bonity IB nebo Altmanovým modelem.

3.2.3.1 Finanční analýza podniku

Ekonomické prostředí se v současnosti neustále mění a spolu s těmito změnami dochází ke změnám také ve firmách, jež jsou součástí tohoto prostředí. Úspěšná firma se při svém hospodaření bez rozboru finanční situace firmy již neobejde. Finanční ukazatelé jsou nejčastější rozborovou metodou, zpracována v rámci finanční analýzy. Využívá se při vyhodnocování úspěšnosti firemní strategie v návaznosti na ekonomické prostředí.²⁰

¹⁹ VOCHOZKA, M., *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011, 9-10 s.

²⁰ RŮČKOVÁ, P., *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011, 9s.

Finanční analýza podniku je metoda, která slouží k hodnocení ekonomických výsledků podniku v minulosti, současnosti a předpokládá dosahování výsledků v budoucnosti. Účelem finanční analýzy podniku je pokud možno komplexně vyjádřit finanční situaci podniku, zobrazit vývoj hospodaření, najít příčiny daného stavu, tj. určit příčiny zlepšení či zhoršení finanční situace a přispět k volbě nejvhodnějších směrů dalšího vývoje činnosti podniku a usměrnění finančního hospodaření. Finanční situaci podniku sledují a hodnotí manažeři podniku, krátkodobí věřitelé, bankovní ústavy, investoři, vlastníci, odběratelé, státní orgány, konkurence, zaměstnavatelé. Každý uživatel preferuje ty informace, které jsou z jeho pohledu rozhodující. Tomu odpovídá volba metod finanční analýzy, kterou určují následující hlediska:

- cíle jednotlivých uživatelských skupin,
- dostupnost dat, jejich struktura a spolehlivost,
- možnosti výpočetní techniky a softwaru,
- časový prostor a finanční zdroje, které lze analýze věnovat.²¹

Zdrojem pro finanční analýzu jsou informace, ze kterých se vypracovává analýza. Jedná se o účetní závěrku. Základní typy účetní závěrky jsou:

- Řádná účetní závěrka (nejčastěji zmiňovaná, podniky ji vypracovávají k poslednímu dni běžného účetního období),
- Mimořádná účetní závěrka (její tvorba je závislá na mimořádných okolnostech, např. vstup společnosti do insolventního řízení),
- Mezitímní účetní závěrka (sestavuje se v průběhu běžného účetního období, např. při přeměně společnosti).²²

Obsahem účetní závěrky jsou následující účetní výkazy:

- Rozvaha,
- Výkaz zisku a ztrát,
- Výkaz cash flow,
- Příloha k účetní závěrce.

Rozvaha – představuje přehled o majetku a kapitálu určitého podniku. Jedná se o stav k určitému časovému okamžiku, to znamená k určitému dni. Jde o statický pohled na finanční situaci podniku. Sestavení rozvahy se provádí jednou ročně a její závazná struktura je dána

²¹ ROSOCHATECKÁ, E., a kol. *Ekonomika podniků*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze Provozně ekonomická fakulta, 2010, 90 s.

²² VOCHOZKA, M., *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011. 14 s.

účetními předpisy, je základním finančním výkazem podniku. Výkaz rozvaha má formu účtu, kde na její levé straně je zachyceno konkrétní složení majetku, tj. všechny jeho aktiva, na straně pravé jsou zachyceny kapitálové zdroje, tj. pasiva. U rozvahy platí podmínka, kdy se hodnota celkových aktiv rovná hodnotě celkových pasiv. Rozvaha zobrazuje majetkovou strukturu podniku, jedná se o optimální skladbu jednotlivých položek majetku, dále pak finanční strukturu podniku, kde správný poměr mezi jednotlivými druhy, používaného kapitálu a v neposlední řadě vzájemný vztah mezi složkami majetku a kapitálu.²³

Výkaz zisku a ztrát – opět je vhodné zkoumat strukturu výkazu a dynamiku jednotlivých položek. Kritériem je v tomto případě podíl jednotlivých položek na celkových výkonech ve vztahu k obvyklé hodnotě podílů u obdobných podniků; vývoj jednotlivých položek ve vztahu k dosahovanému výsledku hospodaření. Hledáme tedy odpověď na otázku, jak jednotlivé složky výsledovky ovlivňovaly výsledek hospodaření. Na nejvýznamnější z nich by pak měla být zaměřena další pozornost. Důležité je také zkoumat provozní výsledek hospodaření a finanční výsledek hospodaření.

Výkaz cash flow – tento výkaz je svým způsobem pro posouzení skutečné finanční situace nejdůležitější. Podává souhrnný přehled o tom, jak podnik v daném období peníze získával a nač je používá. Část výkazu týkající se provozní činnosti nám umožňuje zjistit, do jaké míry výsledek hospodaření za běžnou činnost odpovídá skutečně vydělaným penězům a jak je produkce peněz ovlivněna změnami pracovního kapitálu a jeho hlavních složek.²⁴

Příloha k účetní závěrce – obsahuje údaje o příslušné účetní jednotce, informace o účetních metodách, obecných účetních zásadách a způsobech oceňování. Dále obsahuje doplňující informace k rozvaze a výkazu zisku a ztráty a také přehled o peněžních tocích.²⁵

Vzájemná provázanost a souvztažnost mezi účetními výkazy. Základem je rozvaha, jež zobrazuje majetkovou a finanční strukturu. Významný zdrojem financování je pak výsledek hospodaření za účetní období, který je do rozvahy převzat z výkazu zisku a ztráty. Z hlediska majetkové struktury je důležité, jaký je stav finančních prostředků. Rozdíl mezi stavem finančních prostředků na začátku a na konci období pak dokumentuje cash flow.²⁶

²³ VOCHOZKA M., MULAČ, P. a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. 57 s.

²⁴ MAŘÍK, M., a kol. *Metody oceňování podniku. Proces ocenění základní metody a postupy*. Praha: Ekopress, 2007, 98-100 s.

²⁵ RŮČKOVÁ, P., *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011, 22 s.

²⁶ KNÁPKOVÁ, A., PAVELKOVÁ, D. *Finanční analýza. Komplexní průvodce s příklady*. Praha: Grada, 2010, 56 s.

Obr. 3.4: Vzájemná provázanost účetních výkazů



Zdroj: KNÁPKOVÁ, A., PAVELKOVÁ, D. *Finanční analýza*.

Osou tohoto systému je *rozvaha*, přičemž ostatní bilance jsou bilancemi odvozenými. Rozvaha sleduje stav zdrojů financování a strukturu majetku potřebného k realizaci podnikatelské činnosti. *Výkaz zisku a ztráty* vysvětluje proces tvorby zisku jako přírůstek vlastního kapitálu tvořícího součást pasiv a sloužícího k hodnocení schopnosti firmy zhodnocovat vložený kapitál. *Výkaz cash flow* umožňuje vysvětlení změny peněžních prostředků jako součásti aktiv, umožňuje provádět analýzu peněžních prostředků. V rámci těchto výkazů probíhají různé transakce. Transakce peněžně účinné, které neovlivňují zisk a jsou součástí výkazu cash flow a strany aktiv rozvahy, nezasahují do položek peněžní výkazu zisku a ztráty. Transakce ziskově účinné, které neovlivňují peněžní prostředky, jsou součástí výkazu cash flow a výkazu zisku a ztráty. Transakce ziskové i peněžní účinné probíhají prostřednictvím všech tří výkazů. Transakce neovlivňující zisk ani cash flow probíhají pouze v rámci rozvahy – nejčastěji jde o změny v majetkové struktuře.²⁷

Metody finanční analýzy

Metody finanční analýzy lze nazvat jako metody tradiční, protože byly v průběhu historického vývoje standardizovány. Jsou v praxi oblíbeny pro svou jednoduchost.

K základním metodám, které se při finanční analýze využívají, patří zejména:²⁸

- ***Analýza absolutních dat (stavových a tokových):***

- analýza trendů (horizontální analýza),
- procentní rozbor (vertikální analýza),
- bilanční analýza.

²⁷ RŮČKOVÁ, P., *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011, 38 s.

²⁸ KNÁPKOVÁ, A., PAVELKOVÁ, D. *Finanční analýza. Komplexní průvodce s příklady*. Praha: Grada, 2010, 59 s.

- ***Analýza rozdílových ukazatelů:***
 - analýza čistého pracovního kapitálu,
 - analýza čistých pohotových prostředků.
- ***Analýza poměrových ukazatelů:***
 - analýza ukazatelů likvidity,
 - analýza ukazatelů finanční stability,
 - analýza ukazatelů aktivity,
 - analýza ukazatelů rentability,
 - analýza ukazatelů založených na cash flow,
 - analýza ukazatelů kapitálového trhu.
- ***Analýza soustav ukazatelů.***
 - pyramidové rozklady,
 - kombinace metod²⁹

Analýza absolutních dat

Horizontální analýza (analýza trendů)

Horizontální analýza (analýza „po řádcích“) se zabývá porovnáváním změn položek jednotlivých výkazů v časové posloupnosti. Přitom lze z těchto změn odvozovat i pravděpodobný vývoj příslušných ukazatelů v budoucnosti. Zde je však nutno postupovat s velkou opatrností: záleží totiž na tom, zda se podnik v budoucnosti bude chovat stejně jako v minulosti. K dosažení dostatečné vypovídací schopnosti této metody analýzy je zapotřebí:

- a) mít k dispozici dostatečně dlouhou časovou řadu údajů (v každém případě minimálně dvě období, lépe více než dvě období);
- b) zajistit srovnatelnost údajů v časové řadě u konkrétního analyzovaného podniku, tento požadavek je zvláště aktuální v našich podmínkách;
- c) Pokud možno vyloučit z údajů všechny náhodné vlivy, které na vývoj určité položky nějakým způsobem působily (rozsáhlé opravy vlivem přírodních katastrof apod.);
- d) Při odhadech budoucího vývoje je třeba do analýzy zahrnout objektivně předpokládané změny (procento inflace, změny regulovaných cen nebo jejich

²⁹ SEDLÁČEK, J., *Finanční analýza podniku*. Brno: Computer Press, 2011, 10 s.

deregulaci, vývoj měnového kurzu apod.), zde však existuje značné riziko chybného odhadu.

Jestliže jsou vstupní údaje tímto způsobem ošetřeny, není z matematicko-statistického pohledu metoda horizontální analýzy vůbec obtížná.³⁰

$$\text{Absolutní změna} = \text{ukazatel}_t - \text{ukazatel}_{t-1}$$

$$\text{Procentní změna} = \frac{\text{Absolutní změna} \cdot 100}{\text{Ukazatel}_{t-1}}$$

Procentní (vertikální) analýza

Při vertikální analýze se posuzují jednotlivé komponenty majetku a kapitálu, tzv. struktura aktiv a pasiv podniku. Ze struktury aktiv a pasiv je zřejmé, jaké je složení hospodářských prostředků potřebných pro výrobní a obchodní aktivity podniku a z jakých zdrojů (kapitálu) byly pořízeny. Na schopnosti vytvářet a udržovat rovnovážný stav majetku a kapitálu závisí ekonomická stabilita podniku.

Označení vertikální analýza vzniklo proto, že se při procentním vyjádření jednotlivých komponent postupuje v jednotlivých letech od shora dolů (ve sloupcích) a nikoliv napříč jednotlivými roky. Jako základ pro procentní vyjádření se bere ve výkazu zisku a ztráty obvykle velikost tržeb (= 100 %) a v rozvaze hodnota celkových aktiv podniku. Výhodou vertikální analýzy je, že nezávisí na meziroční inflaci a umožňuje tedy srovnatelnost výsledků analýzy z různých let. Používá se proto ke srovnání v čase (časových vývojových trendů v podniku za více let) i v prostoru (srovnávání různých firem navzájem).³¹

Bilanční pravidla

Bilanční pravidla jsou založena na praktických zkušenostech ve vytváření kapitálové struktury. Nejedná se o pravidla v pravém slova smyslu. Jde spíše o doporučení, kterými by se mělo vedení podniku řídit, aby bylo dosaženo dlouhodobé finanční rovnováhy.

Zlaté bilanční pravidlo – význam tohoto pravidla je ve sladění časového horizontu části majetku s časovým horizontem zdrojů, ze kterých je financován. Platí tedy, že

³⁰ MRKVIČKA, J., KOLÁŘ, P. *Finanční analýza*. Praha: ASPI, 2006, 55 s.

³¹ SEDLÁČEK, J., *Finanční analýza podniku*. Brno: Computer Press, 2011, 17 s.

dlouhodobý majetek je financován zejména z vlastních nebo dlouhodobých cizích zdrojů a krátkodobý majetek z odpovídajících krátkodobých zdrojů.

Zlaté pravidlo vyrovnavání rizika – toto pravidlo požaduje, aby poměr vlastního kapitálu k cizím zdrojům byl 1:1, nebo aby vlastní zdroje byly vyšší. Tím se ovšem snižuje nejen věřitelské riziko, ale také i působení finanční páky. Poměr vlastní kapitál : cizí zdroje se využívají také pro vyjádření stupně zadluženosti podniku.

Zlaté pari pravidlo – tady u tohoto pravidla je obsahem vztah dlouhodobého majetku a vlastních zdrojů, kde by měl být dlouhodobý majetek kryt pouze vlastním kapitálem.

Zlaté poměrové pravidlo – v zájmu udržení finanční rovnováhy podniku by nemělo tempo růstu investic přesáhnout tempo tržeb, a to ani v krátkodobém časovém horizontu.³²

Analýza rozdílových ukazatelů

K analýze a řízení finanční situace podniku slouží rozdílové ukazatele označované jako fondy finančních prostředků. Fond je chápán jako shrnutí určitých stavových ukazatelů vyjadřujících aktiva nebo pasiva, resp. Jako rozdíl mezi souhrnem určitých položek krátkodobých aktiv a určitých položek krátkodobých pasiv.

Čistý pracovní kapitál

Pracovním kapitálem je míněn oběžný majetek podniku. Nicméně pro finanční řízení podniku je zajímavější sledovat tzv. čistý pracovní kapitál, což je část dlouhodobých zdrojů majetku, která kryje oběžná aktiva. Čistý pracovní kapitál vzhledem ke své dlouhodobosti vytváří jakýsi polštář pro případné finanční výkyvy. Jedná se o dlouhodobý zdroj, který má podnik k dispozici pro profinancování běžného chodu podniku. Vzhledem k charakteru podnikání v oblasti distribuce energie lze společně s účetními změnami v položkách rozvahy vymezit čistý pracovní kapitál více způsoby.

- První způsob je výpočet na základě klasické definice pracovního kapitálu jako rozdíl oběžných aktiv (tj. zásob, krátkodobých pohledávek a finančního majetku) a krátkodobých závazků.
- Druhý způsob, který zohledňuje i nevyfakturované krátkodobé pohledávky a krátkodobé závazky společnosti, zahrnuje tedy krátkodobé dohadné účty aktivní i pasivní. Do položek pracovního kapitálu má smysl zahrnovat i určité položky ostatních aktiva pasiv. Jsou jimi

³² VOCHOZKA, M. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011, 21 s.

příjmy příštích období, které představují určitou pohledávku, která sice byla zahrnuta do výsledku hospodaření, ale k jejímu inkasu dojde později.

- Třetí způsob zahrnuje do propočtu pracovního kapitálu i položky ostatních aktiv a ostatních pasiv (příjmy a výdaje příštích období).³³

$$\text{Čistý pracovní kapitál} = \text{Dlouhodobé zdroje} - \text{Stála aktiva}$$

Čistý pracovní kapitál udává i převis dlouhodobých zdrojů nad stálými aktivy. Dlouhodobé zdroje jsou obecně dražší než zdroje krátkodobé. Čistý pracovní kapitál udává, v jakém rozsahu lze zaměnit drahé dlouhodobé zdroje zdroji krátkodobými, zlevnit financování, a tím zvýšit bohatství.³⁴

Analýza poměrových ukazatelů

Jedná se o nejčastěji používaný rozborový postup k účetním výkazům z hlediska jiných úrovní analýz. Nejpravděpodobnějším důvodem je fakt, že analýza poměrovými ukazateli vychází výhradně z údajů ze základních účetních výkazů. Využívá tedy veřejně dostupné informace a má k nim přístup také externí finanční analytik. Poměrový ukazatel se vypočítá jako poměr jedné nebo několika účetních položek základních účetních výkazů k jiné položce nebo k jejich skupině. Lze rozlišovat různé skupiny poměrových ukazatelů.

1) Ukazatel likvidity

Nejprve si objasníme základní pojmy související s ukazatelem likvidity. Nejdůležitějším je bezesporu pojem „likvidita“. Likvidita určité složky představuje vyjádření vlastnosti dané složky rychle a bez velké ztráty hodnoty se přeměnit na peněžní hotovost. Tato vlastnost bývá v některé literatuře označována jako likvidnost. Naproti tomu likvidita podniku je vyjádřením schopnosti podniku uhradit včas své závazky.

Likvidita je důležitá z hlediska finanční rovnováhy formy, neboť jen dostatečně likvidní podnik je schopen dostat svým závazkům. Na druhou stranu příliš vysoká míra likvidity je nepříznivým jevem pro vlastníky podniku, neboť finanční prostředky jsou vázány v aktivech, která nepracují ve prospěch výrazného zhodnocování finančních prostředků a ukrajují tak z rentability. Je tedy potřeba hledat pokud možno vyvážnou likviditu, která zaručí jak dostatečné zhodnocení prostředků, tak i schopnost dostat svým závazkům.

³³ KISLINGEROVÁ, E., HNILICA, J. *Finanční analýza – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2008, 40 s.

³⁴ MRKVIČKA, J., KOLÁŘ, P. *Finanční analýza*. Praha: ASPI, 2006, 61 s.

Obecně lze říci, že ukazatele likvidity mají obecný tvar toho, čím možno platit k tomu, co je nutno platit. Z hlediska názvu a obsahu ukazatelů se zpravidla používají tři základní ukazatele:³⁵

Okamžitá likvidita = pohotové platební prostředky / dluhy s okamžitou splatností

Pohotová likvidita = (oběžná aktiva – zásoby) / krátkodobé dluhy

Běžná likvidita = oběžná aktiva / krátkodobé dluhy

Okamžitá likvidita bývá označována jak likvidita 1. stupně nebo také „cash ratio“ a představuje to nejužší vymezení likvidity. Vystupují do ní jen ty nejlíkvídnější položky z rozvahy. Pod pojmem pohotové platební prostředky je nutné si představit sumu peněz na běžném účtu, na jiných účtech či v pokladně, ale také volně obchodovatelné cenné papíry, šeky. Tento pojem může ztotožnit s pojmem finanční majetek. Pro okamžitou likviditu platí doporučená hodnota v rozmezích 0,9 – 1,1.

Pohotová likvidita je označována v literatuře jako likvidita 2. stupně nebo také „acid test“, pro tuto likviditu platí, že čítec by měl být stejný jako jmenovatel, tedy poměr 1:1 nebo ještě může vyhovovat poměr až 1,5:1. Hodnoty doporučují pro tento ukazatel, jestliže nastane situace u poměru 1:1, jedná se o situaci, kdy je podnik schopen se vyrovnat se svými závazky, aniž by musel prodat své zásoby. Ukazatel pohotová likvidita je označován jako nejspolehlivější z hlediska vypovídací schopnosti obzvláště, jsou-li z pohledávek vyřazeny ty, jež jsou potenciálně problematické.

Běžná likvidita bývá značena jako likvidita 3. stupně nebo také jako „current ratio“. Tato likvidita ukazuje, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky podniku, nebo také kolika jednotkami oběžných aktiv je kryta jedna jednotka krátkodobých závazků.³⁶

2) Ukazatel rentability

Rentabilita (také výnosnost vloženého kapitálu) je měřítkem schopnosti podniku vytvářet nové zdroje, dosahovat zisku použitím investovaného kapitálu. Ukazatele rentability slouží obecně k hodnocení celkové efektivnosti dané činnosti. Jedná se o ukazatele, které jednoznačně budou nejvíce zajímat akcionáře a potenciální investory, avšak i pro ostatní skupiny mají svůj nesporný význam.

³⁵ RŮČKOVÁ P., ROUBÍČKOVÁ M. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. 116-119 s.

³⁶ RŮČKOVÁ P., ROUBÍČKOVÁ M. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. 117-118 s.

U těchto poměrových ukazatelů se nejčastěji vychází z e dvou základních účetních výkazů, a to z výkazu zisku a ztráty a rozvahy. Největší důraz se klade samozřejmě na výkaz zisku a ztráty, neboť v některých pramenech bývá rentabilita zaměňována za výraz ziskovost.

Ukazatelé rentability jsou ukazatelé, kde se v čitateli vyskytuje nějaká položka odpovídající výsledku hospodaření (obvykle se jedná o tokovou veličinu) a ve jmenovateli nějaký druh kapitálu (jedná se o stavovou veličinu), resp. tržby (což je veličina toková).

Ve vztahu k finanční analýze jsou nejdůležitější tři kategorie zisku, které je možné vyčíst přímo z výkazu zisku a ztráty.

- Do první kategorie patří EBIT. EBIT je zisk před odečtením úroků a daní, odpovídá provoznímu výsledku hospodaření. Využívá se ve vztahu k finanční analýze tam, kde je nutno zajistit mezifirmní srovnání. U toho zisku se vychází faktu, že i když budou mít firmy stejné daňové zatížení, tak mají rozdílnou bonitu z hlediska věřitelského, tímto pádem by mohla výše úroků ovlivnit náhled na tvorbu výsledku hospodaření v hlavní podnikatelské činnosti.
- Do druhé kategorie patří EAT – jedná se o zisk po zdanění nebo také o čistý zisk. U toho zisku můžeme dělit na zisk k rozdělení (dividendy prioritních a kmenových akcionářů) a zisk nerozdělený (slouží k reprodukci v podniku). Tento čistý zisk se využívá ve všech ukazatelích, které hodnotí výkonnost firmy.
- Třetí kategorií je EBT – jde o zisk před zdaněním nebo také provozní zisk, který je snížený nebo zvýšený o finanční a mimořádný výsledek hospodaření, od kterého ještě nebyly odečteny daně. Tento zisk využijeme tam, kde chceme zajistit srovnání výkonnosti firem s rozdílným daňovým zatížením.³⁷

Vložený kapitál je z hlediska jednotlivých poměrových ukazatelích rentability rovněž rozporuplnou kategorií a ke zjišťování rentability jsou považovány v praxi nejvíce tyto ukazatelé:

- Ukazatel rentability celkového vloženého kapitálu (ROA),
- ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE),
- rentabilita odbytu (ROS),
- rentabilita nákladu (ROC).

Rentabilita se měřením celkového vloženého kapitálu (ROA) vyjadřuje celkovou efektivnost firmy, její výdělkovou schopnost, nebo také produkční sílu.

³⁷ RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011, 51-52.

$$\text{ROA} = \frac{\text{zisk}}{\text{celkový vložený kapitál}}$$

Odráží celkovou výnosnost kapitálu bez ohledu na to, z jakých zdrojů byly podnikatelské činnosti financovány. Hodnotí se výnosnost celkového vloženého kapitálu a je použitelný pro měření souhrnné efektivnosti. Jde o něm říci, že hodnotí minulou výkonnost řídících pracovníků.

Z ukazatele rentability celkového vloženého kapitálu, lze odvodit, ještě jiný ukazatel a to ukazatel rentability celkového investovaného kapitálu (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{zisk}}{(\text{dlouhodobé cizí zdroje} + \text{vlastní kapitál})}$$

Jedná se o ukazatel, který vyjadřuje míru zhodnocení všech aktiv společnosti financovaných vlastním i cizím dlouhodobým kapitálem. Vyjadřuje efektivnost hospodaření společnosti.

Rentabilita vlastního vloženého kapitálu (ROE) vyjadřuje výnosnost kapitálu vloženého akcionáři či vlastníky podniku.

$$\text{Rentabilita vlastního kapitálu} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Podle tohoto ukazatele mohou investoři zjistit, zda je jejich kapitál reprodukován s náležitostí intenzitou odpovídající riziku investice. Jestliže ukazatel roste, může to znamenat např. zlepšení výsledku hospodaření, zmenšení podílu vlastního kapitálu ve firmě nebo také pokles úročení cizího kapitálu.

Dalším ukazatelem, který zahrnuje v čitateli výsledek hospodaření je rentabilita tržeb (ROS). Tento ukazatel představuje poměry, které v čitateli zahrnují výsledek hospodaření v různých podobách a ve jmenovateli obsahují tržby, opět různým způsobem upravované podle účelu analýzy.

$$\text{ROS} = \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}}$$

Ukazatelé vyjadřují schopnost podniku dosahovat zisku při dané úrovni tržeb, tedy kolik dokáže podnik vyprodukovat efektu na 1 Kč tržeb. Tomuto ukazateli se v praxi někdy také říká ziskové rozpětí a slouží k vyjádření ziskové marže.³⁸

3) Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti poměří cizí a vlastní zdroje podniku, ale také se zabývají i schopnosti hradit náklady dluhu. Při analýze zadluženosti je dobré zjistit i ten objem majetku, který má firma pořízený na leasing. Aktiva, jež jsou pořízena prostřednictvím leasingu, se neobjevují v rozvaze, ale objevují se pouze jako náklad ve výkazu zisku a ztráty (v položce služby). V takovém to případě nám ukazatel zadluženosti není schopen prozradit celou zadluženost podniku, nedostatky pak musíme hledat právě u ukazatelů na bázi výsledovky.

Mezi ukazatele zadluženosti máme na mysli ukazatel celkové zadluženosti, ukazatel dlouhodobé zadluženosti a ukazatel úrokového krytí.

Celková zadluženost = cizí zdroje / aktiva celkem

Dlouhodobá zadluženost = dlouhodobé cizí zdroje / aktiva celkem

Úrokové krytí = EBIT / nákladové úroky³⁹

4) Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity slouží k zachycení skutečností, jak je podnik schopen využít jednotlivé majetkové části. Zobrazuje, zda má podnik přebytečné kapacity nebo naopak nedostatek produktivních aktiv a v budoucnu nebude moci realizovat růstové příležitosti. Setkáváme se zde s dvěma typy ukazatelů, mezi které patří počet obrátů a doba obrátů.

Ukazatelé obratovosti nás informují o počtu obrátek za určité období, tj. kolikrát převyšují roční tržby hodnotu položky, jejíž obratovost počítáme. Platí, že čím vyšší je jejich počet, tím kratší dobu je majetek vázán a obvykle se zvyšuje podniku zisk.

Ukazatele doby obratu nám zobrazují průměrnou dobu trvání jedné obrátky majetku. Cílem tohoto ukazatele je co nejvíce zkrátit tuto dobu a tím zvýšit počet obrátek, tzn. maximalizovat obrátky a minimalizovat doby obratu.

³⁸ RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011. 52-57 s.

³⁹ SCHOLLEOVÁ, H. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. Praha: Grada, 2012. 181 s.

Obrat aktiv jde o komplexní ukazatel, který nám udává, kolikrát se celková aktiva obrátí zpravidla za rok. Platí pravidlo, kdy by se měl ukazatel pochovat minimálně na úrovni 1.

$$\text{obrat aktiv} = \text{tržby} / \text{celková aktiva}$$

Obrat zásob zobrazuje stav, kolikrát za rok se přemění zásoby v ostatní formy oběžného majetku až po prodej hotových výrobků a opětovný nákup zásob.

$$\text{obrat zásob} = \text{tržby} / \text{zásoby}$$

Doba obratu zásob tento ukazatel má podobné vypovídací schopnosti jako obrat zásob, ale z jiného pohledu. Zobrazuje průměrný počet dnů, kdy jsou zásoby v podniku vázány až do fáze jejich spotřeby nebo do fáze jejich prodeje.

$$\text{doba obratu zásob} = \text{zásoby} / (\text{tržby} / 360)$$

Doba splatnosti pohledávek, tento ukazatel udává počet dnů, kdy podnik za úkol čekat, než dostane za již prodané výrobky a služby zaplacené. Nastává také situace, že po dobu od předání výrobků poskytuje podnik svým odběratelům obchodní úvěr.

$$\text{doba splatnosti pohledávek} = \text{pohledávky} / (\text{tržby} / 360)$$

Doba splatnosti krátkodobých závazků, jedná se o ukazatel udávající počet dnů, po které podnik od svých dodavatelů využívá bezplatný obchodní úvěr.

$$\text{doba splatnosti krátkodobých závazků} = \text{krátkodobé závazky} / (\text{tržby} / 360)^{40}$$

5) Ukazatele produktivity

Ukazatele produktivity práce zobrazují výkonnost podniku ve vztahu k počtu zaměstnanců. Pokud nemůžeme zjistit počet zaměstnanců, je možné použít místo počtu zaměstnanců náklady na jejich mzdy (osobní náklady).

Osobní náklady k přidané hodnotě sledují, jakou část z toho, co bylo vytvořeno v provozu, odeberou náklady na zaměstnance.

$$\text{osobní náklady k přidané hodnotě} = \text{osobní náklady} / \text{přidaná hodnota}$$

Produktivita práce z přidané hodnoty sleduje, jak velká přidaná hodnota připadá na jednoho zaměstnance. Můžeme ji porovnávat s průměrnou mzdou na jednoho pracovníka. Ve skutečnosti nejde o mzdu, ale o celkové náklady zaměstnavatele v souvislosti se zaměstnancem.

⁴⁰ SCHOLLEOVÁ, H. Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy. Praha: Grada, 2012. 178 – 179 s.

$$\text{produktivita práce z přidané hodnoty} = \text{přidaná hodnota} / \text{počet pracovníků}$$

U ukazatele produktivity práce z přidané hodnoty platí, že čím větší je produktivita práce a čím menší je průměrná mzda, tím je větší plynoucí efekt ze zaměstnanců. Důležitá je však přiměřená regulace, aby nedocházelo k výpadkům podniku z důvodu, že už v něm nikdo nechce pracovat.⁴¹

3.2.3.2 *Index bonity IB*

Index bonity slouží k rozdělení podniků na bankrotní a bonitní. Aplikací tohoto indexu zjistíme, zda je podnik ve stavu bankrotního charakteru nebo naopak, zda vykazuje bonitní charakter. Mezi kritické hodnoty se řadí v tomto ohledu nula. Když se objeví záporná hodnota výsledku, nastává situace, kdy se jedná o podnik ohrožený bankrotem. Jedná-li se o bonitní modely, tak ty se naopak od bankrotních modelů vykazují kladnými hodnotami indexu bonity.

Index bonity umožňuje také podrobnější hodnocení ekonomické situace. Jestliže je index menší -1, vypovídá o velmi špatné ekonomické situace hodnoceného podniku, když se ale však objeví index větší než 2, vypovídá to o velmi dobré ekonomické situaci hodnoceného podniku. Výsledné hodnoty bankrotních modelů vykazují různá rozhraní, jež mají svou interpretaci. U bankrotní situace se setkáme se škálou od extrémně špatné ekonomické situace přes velmi špatnou ekonomickou situaci až po špatnou ekonomickou situaci. U bonitní situace se setkáme se škálou od problematické ekonomické situace přes dobrou ekonomickou situaci a velmi dobrou ekonomickou situaci až po extrémně dobrou ekonomickou situaci.⁴²

3.2.3.3 *Altmanův model*

Altmanova analýza představuje jednu z možností, jak vyhodnotit souhrnně zdraví podniku prostřednictvím jediné číselné hodnoty. Součástí Altmanova modelu je Z faktor, který v sobě zahrnuje všechny podstatné složky finančního zdraví podniku (patří zde rentabilita, likvidita, zadluženost a i struktura kapitálu). Postup modelu spočívá ve stanovení jednotlivým ukazatelům příslušné váhy, které vyjadřují jejich významnost v daném souboru. Altmanův model testovaný v praxi ukázal, že vcelku věrohodně předpovídá bankroty s přibližně dlouholetým předstihem, avšak s menší statistickou spolehlivostí do vzdálenější budoucnosti.

⁴¹ SCHOLLEOVÁ, H. Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy. Praha: Grada, 2012. 184 s.

⁴² VOCHOZKA, M. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011, 78 - 79 s.

Hrozí, že model svou jednoduchostí svádí k určitým zjednodušeným závěrům. Je třeba si uvědomit, že tento model představuje hrubou orientaci ve finančním zdraví, které by mělo být prozkoumáno.⁴³

3.2.3.4 Taflerův bankrotní model

Taflerův bankrotní model slouží ke sledování rizika bankrotu společnosti. Taflerův model existuje v základním a v modifikovaném tvaru, podle níž se interpretují vypočtené hodnoty ukazatelů a celkové bodové hodnocení. Taflerův model využívá v obou verzích čtyři poměrové ukazatele.

Základní tvar Taflerova modelu obsahuje zisk před zdaněním, krátkodobé dluhy, oběžná aktiva, cizí zdroje, celková aktiva, finanční majetek a provozní majetek. Hodnocení modelu spočívá ve výsledcích, je-li výsledek nižší než nula znamená to velkou pravděpodobnost bankrotu. Je-li výsledek vyšší než nula znamená to malou pravděpodobnost bankrotu.

Modifikovaný tvar Taflerova modelu má k dispozici podrobnější údaje, rozdíl je v poslední položce tržby, jenž se liší od základního tvaru. Hodnocení modelu taktéž spočívá ve výsledcích, je-li výsledek nižší než 0,2 znamená to velkou pravděpodobnost bankrotu. Je-li výsledek větší než 0,3 znamená to malou pravděpodobnost bankrotu.⁴⁴

3.3 Diagnostika silných a slabých stránek podniku

Diagnostika se zabývá poznáváním stavu diagnostikovaného objektu, ale také vědomím, že v podniku nastane žádoucí (normální) situace či stav. Diagnostika se neobejde bez existence kritérii tzv. normality, jelikož by bez tohoto stavu nebylo možné sledovat silné a slabé stránky podniku. Je potřebný k zjištění identifikaci odchylek a odhaluje normální stav v daném podniku.

Pojem normalita je stav, kdy je podnik zdravý, nevykazuje žádné stavy anormality, jak u člověka nemoc apod. Existuje typologie normality, kdy se jedná o stav:

- jako zobecnění statistických zjištění,
- jako vlastnost ideálního objektu,
- jako schopnost udržovat racionalitu fungování,

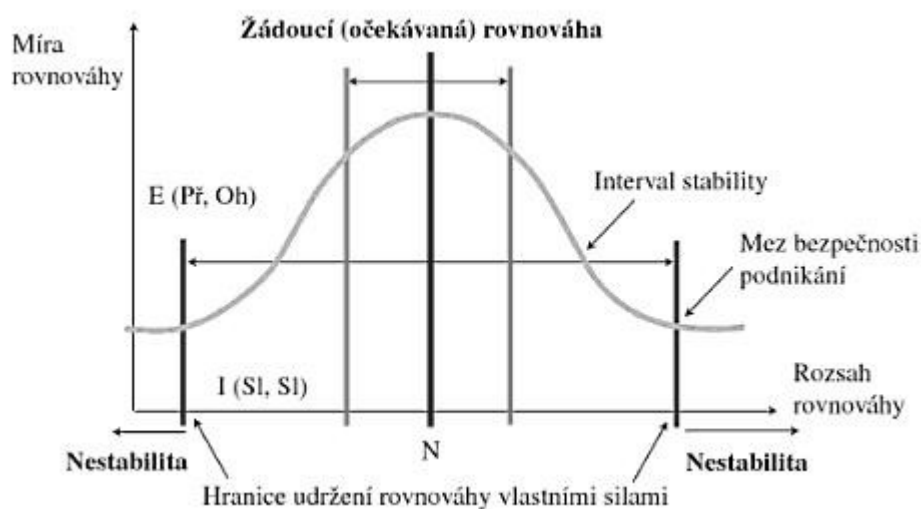
⁴³ KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Manažerské finance*. Praha: C. H. Beck, 2010, 116 s.

⁴⁴ RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada, 2011. 76 s.

- jako subjektivní pocit.⁴⁵

Normální nebo také zdravý stav podniku, lze vyjádřit i v grafickém provedení, které je k dispozici na obrázku č. 3.4. Normalita podniku.

Obr. 3.5: Normalita podniku



Zdroj: MIKOLÁŠ, Z., PETERKOVÁ, J., TVRDÍKOVÁ, M. a kol. *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011. 28 s.

Vysvětlivky: E – vnější síly, Př – příležitosti, Oh – ohrožení, I – vnitřní síly, Si – silné stránky, Sl – slabé stránky.

3.4 Problémy a krizové jevy v podniku

Podniky se vyskytují v situaci, kdy by se dalo problémům a krizím říci lékařským pojmem bolest a nemoc. Tato podkapitola se bude zabývat problémy a krizí podniku.

3.4.1 Problémy v podniku

Problémy v podniku vznikají z různých důvodů, patří mezi ně například nízký důraz na rozvoj podniku, dlouhá doba splatnosti faktur dodavatelům, nízký likvidita podniku, chaos v organizaci práce lidí, chaos v řízení porad, nedostateční motivace zaměstnanců, bezvýsledný či neefektivní marketing firmy, atmosféra strachu ve firmě, nedostatečné plánování a controlling, špatné cash flow, nízká komunikační úroveň uvnitř podniku, šum, zmatky apod. Podnik by měl na problémy reagovat včas, než vypukne daný problémový stav v krizový jev.

⁴⁵ KAŠÍK, J. *Manažerská diagnostika a terapeutika podniku*. Ostrava: Vysoká škola Báňská, 2008, 31 s.

3.4.2 Krizové jevy v podniku

Krizovým jevem je míněná situace, kdy v podniku vypukne nebezpečný stav vývoje. Pojem krize znamená také stav těžké, svízelné situace, ale také potíží nebo zmatek v podniku či společnosti. Mezi charakteristiky krize patří časová tíseň, moment překvapení, naléhavost řešení, možnost zániku objektu, ohrožení dotyčného objektu, intenzita projevů, specifické nástroje či prostředky.

Krizový management se v podniku zabývá krizovým řízením. Tento management by měli tvořit především vedoucí představitelé podniku a externí odborníci na krizové řízení. Krizový management je vhodný také někdy doplnit vybranými špičkovými odborníky podniku i přesto, že nezastávají vedoucí funkce.

Skladba krize (anatomie krize)

1. Příznaky krize

Příznaky se projevují nenápadně a na nižších stupních řízení. Z pohledu vedení se jeví jako náhodné, přechodné až nevýznamné, proto se také v této fázi krize příznaky velmi snadno přehlédnou anebo ignorují.

2. Nástup krize

Nástup krize lze definovat také jako stadium, kdy počáteční náznaky byly přehlédnuty a dochází již k jasnému ohrožování zájmu podniku či dokonce i její existence. V této fázi dochází k narušení stavu rovnováhy, kdy se jednoznačně projevilo a nelze již následky nijak odstranit. Tato fáze slouží k rychlému a nutnému jednání.

3. Průběh krize

Průběh krize řadíme mezi stavy, kdy se vychází z identifikace rizikových faktorů, přičemž se musí pokud možno eliminovat vzniklé ztráty. Mělo by se celou řadou nejrozumnějších zásahů usilovat o nápravu, obnovu či zásadní změnu daného stavu. Důležité je si uvědomit, že průběh krize nemá jen přímočarou tendenci, ale se může odehrávat ve vlnách nebo také v několika různých směrech.

K zvládnutí krize se jako za zdárné procesy považují:

- přesné, včasné, spolehlivé a dostupné informace,
- dobrá komunikace,
- diagnostické schopnosti manažerů,

- schopnost manažerů jednat.

4. Vyřešení krize

Poslední fází stadia krize je vyřešení nastolené krize v podniku. Platí, že za vyřešení krize se nebere vypracování projektů, ale jejich realizace a ověření její úspěšnosti. Dále pak platí, že první signály o zlepšení situace mohou být jen přechodné a zcela objektivní. Z krize je třeba, aby se podnik poučil a analyzoval ji.⁴⁶

⁴⁶ KAŠÍK, J., MICHALKO, M., a kol. Podniková diagnostika. Ostrava: Tandem, 1998, 343 s.

4. Aplikace vybraných diagnostických metod ve společnosti Kofola a.s.

Praktická část diplomové práce se zabývá analytickými metodami z předchozí kapitoly, objeví se v ní rozbor finanční analýzy a vybraných finančních ukazatelů. Obsahem kapitoly jsou pak bonitní a bankrotní modely, SWOT analýza a analýza konkurenčního prostředí společnosti Kofola a.s. Práce je propojena s teoreticko-praktickou částí a navzájem se doplňuje.

4.1 Strategická analýza podniku

Strategická analýza zahrnuje rozbor podnikatelského prostředí, zabývá se makrookolím, mikrookolím a interní analýzou společnosti. Makrookolí sleduje podnik z vnějšího pohledu a mikrookolí zase z pohledu vnitřního. Tato podkapitola se zabývá analýzou makro prostředí společnosti Kofola a.s., mikro prostředím společnosti Kofola a.s. a nakonec analýzou konkurenčního prostředí společnosti Kofola a.s.

4.1.1 Analýza makrookolí

Makrookolí společnosti zahrnuje různé společenské síly, působící na všechny zúčastněné subjekty v mikrookolí (dodavatelé, zprostředkovatelé, konkurence a veřejnost), které společnost svými aktivitami může jen velmi obtížně ovlivnit. Mezi demografické vlivy společnosti Kofola a.s., patří například pohlaví spotřebitelů, kdy můžeme zaznamenat u mužského pohlaví větší konzumaci energetických nápojů Semtex, Erektus a čepované Kofoly, kdežto u žen je to spíše konzumace džusů Jupí, Snipp, limonád Vinea, Top Topic a přírodních vod Rajec. Mezi další demografickou sílu patří věk spotřebitelů, kde se společnost zaměřuje na malé věkové kategorie výrobou sirupů bez konzervantů, ale také dětského nápoje Jupík, jenž je velmi znám a dětmi oblíben. Následují ekonomické síly, sociokulturní, technologické, geografické, ekologické vlivy. Společnost Kofola a.s. není schopna ovlivnit ekonomické vlivy, mezi které patří například špatná finanční situace odběratelů, spotřebitelů jako jednotlivců, maloobchodníků či velkoobchodníků. Za tento stav je zodpovědná především špatná ekonomická situace státu a finanční krize. Politické prostředí působí na společnost stále novými legislativními podmínkami, zejména hlavně na ochranu životního prostředí, na které je v současné době brán velký zřetel. Technologie společnosti Kofola a.s. není problémovým aspektem, jelikož se společnost snaží proti tomuto

vlivu bojovat inovováním a pořízením nových technologií na výrobu nealkoholických nápojů. Mezi známou technologií společnosti patří historie značky na výrobu slavného nealkoholického nápoje Kofola, kde je zapotřebí technologie extrakce. Za novou technologii společnost považuje spuštění výrobního závodu v Mnichově Hradišti, kde spustila novou výrobní linku, která díky horkému rozlivu („hot fill“) umožňuje výrobu sirupů a ovocných nápojů bez konzervantů. Společnost Kofola a.s. se snaží přistupovat k životnímu prostředí zodpovědně. Podporuje separovaný sběr odpadu z obalů. Používá na obalech svých výrobků ochrannou známku „zelený bod“, tento bod veřejně deklaruje, že jí životní prostředí není lhostejné a přispívá na jeho ochranu.

4.1.2 Analýza mikrookolí

Do oblasti mikrookolí patří dodavatelé, marketingoví zprostředkovatelé, konkurence a hlavně veřejnost. V sektoru dodavatelé se společnost Kofola a.s. stala přísným garantem při zavedení norem a certifikace, kde jsou nadefinovány možnosti a činnosti k jednotlivým procesům, je zde určena odpovědnosti a kompetence, jsou zde zadány kritéria, veličiny a postupy. Společnost Kofola systematicky podporuje české i slovenské dodavatele. Produkty společnosti nejvíce konzumují čeští a slovenští spotřebitelé, proto společnost nemá v oblasti dodavatelů příliš velké potíže, suroviny na výrobu svých nápojů jsou velmi dobře dostupné. Co se týče veřejnosti společnosti Kofola, tak primární cílovou skupinu tvoří především mladí lidé ve věku 15-25, jedná se hlavně o studenty, kteří nejsou zcela ekonomicky aktivní a sledují nové trendy. Z důvodu sjednocení evropského trhu, ale ne jenom jeho, muselo nutně dojít k vydání normy, která vychází z dlouhodobé praxe dodržování kvality ve všech odvětvích průmyslu. Mezi své konkurenty společnost řadí nadnárodní značky jako je Coca-Cola a Pepsi. Společnost Kofola a zájmové skupiny občanů hodně ovlivňuje produktové portfolio společnosti, patří sem historická, tradiční a neustále populární značka Kofola, dále Top Topic, RC Cola, Royal Tonic, Jupí Juice drinky, limonády a sirupy Jupí, citronové koncentráty Jupí a 100% ovocné šťávy a nektary Jupí, SNIPP. Společnost Kofola a.s. působí v České republice, na Slovensku, v Polsku a Maďarsku, společnost však exportuje i do dalších zemí.

4.1.3 Analýza konkurence

Společnost Kofola a.s. je největším českým výrobcem nealkoholických nápojů. Na trhu nealkalických nápojů, se řadí mezi velké špičky. Mezi své konkurenty řadí nadnárodní značky nealkoholického nápoje podobného znače Kofola a RC Cola, kterými jsou Coca-cola

a Pepsi. Přestože je značka Kofola zatím jen regionální a středoevropskou značkou, řadí se na trhu konkurence mezi přední příčky. V České republice je z hlediska trhu nealkoholických nápojů řazen mezi nepostradatelný nealkoholický nápoj ve většině restaurací, na oslavách a společenských událostí. Na českém trhu se však vyskytují společnosti obdobnou oborovou činností, patří zde společnost Walmark a.s., Třinec, který vyrábí jiné nealkoholické nápoje a zabývá se výrobou nápojů. Mezi další společnost patří Limaco s.r.o., Rakvice, která se zabývá taktéž výrobou nealkoholických nápojů (sirupů a nápojových koncentrátů). Poslední společnosti se stejným oborem působnosti je společnost Fontána s.r.o., Kroměříž, zabývající se prodejem a distribucí alkoholických a nealkoholických nápojů.

Společnost v dubnu 2011 oznámila významnou akvizici, koupila výrobce známého energetického nápoje Semtex – firmu Pinelli. Značka společnosti Pinelli je na trhu úspěšná, má bohatou historii a vhodně rozšíří portfolio společnosti Kofola. V samém roce společnost Kofola přišla na trh s novou technologií „hot fill“. Jedná se o novou výrobní linku, která je schopna díky horkému rozlivu učinit výrobu sirupů a ovocných nápojů bez konzervantů. V dnešní době lidé vyhledávají zdravější variantu konzumace, vyžadují stravu bez konzervantů, éček a s menším obsahem cukru. Společnost se snaží vyhovět přání zákazníků a vyrábí sirupy a ovocné nápoje bez konzervantů. Na trhu konkurence si společnost vede velmi dobře, jako značka je známá, žádaná a snad každý si zde vybere svůj oblíbený produkt.

4.2 Analýza vybraných absolutních ukazatelů

Do analýzy vybraných absolutních ukazatelů patří stavové a tokové veličiny, tvořící obsah účetních výkazů (rozvahy, výkazu zisku a ztrát, výkazu cash flow). Práce zobrazuje horizontální analýzu a vertikální analýzu jednotlivých účetních výkazů za určitá období společnosti. Doplnuje se dále i rozbohem dodržovaných bilančních pravidel, do kterých lze zařadit zlaté bilanční pravidlo, pravidlo vyrovnavání rizika a pari pravidlo.

4.2.1 Horizontální analýza

Horizontální analýza zobrazuje stav měnících se položek v čase. Rozbor je zpracován meziročně, jsou srovnávány vždy dvě po sobě jdoucí období společnosti Kofola a.s. Bude tak učiněno i u účetních výkazů rozvaha a výkazu zisku a ztrát.

4.2.1.1 Horizontální analýza rozvahy

Horizontální analýza rozvahy sleduje relativní růst hodnoty a absolutní růst hodnoty. Analýza je prováděna na nejvýznamnějších položkách aktiv a pasiv společnosti, kde se sleduje jejich vývoj v čase. Období je stanoveno v rozmezí 5 -ti po sobě jdoucích let.

Tab. 4.1: Horizontální analýza aktiv v letech 2011-2007

Položka v tis. Kč	2011	2010	Rel.	2009	Rel.	2008	Rel.	2007	Rel.
AKTIVA CELKEM	2280541	2173764	4,91%	2197298	-1,07%	2361468	-6,95%	1961240	20,41%
Dlouhodobý majetek	1240828	1081348	14,75%	1027828	5,21%	976202	5,29%	731476	33,46%
DNM	387	219	76,71%	26796	-99,18%	45	59446,67%	581	-92,25%
DHM	1117433	1081129	3,36%	1001032	8,00%	976158	2,55%	730895	33,56%
Pozemky	13 228	11 483	100,00%	11483	0,00%	11483	0,00%	12955	-11,36%
Stavby	449 404	412 857	8,85%	406570	1,55%	415917	-2,25%	224681	85,11%
Samostatné movité věci	562 840	505 977	11,24%	460756	9,81%	463353	-0,56%	317122	46,11%
DFM	123008	0	x	0	0	0	0	0	0
Oběžná aktiva	1014333	1078648	-5,96%	1157977	-6,85%	1376099	-15,85%	1219348	12,86%
Zásoby	316900	329605	-3,85%	313705	5,07%	356761	-12,07%	324587	9,91%
Materiál	257971	270041	-4,47%	268300	0,65%	294032	-8,75%	257996	13,97%
Nedokončená výroba	596	98	508,16%	44	122,73%	0	x	0	0
Výrobky	50021	52318	-4,39%	34571	51,33%	50342	-31,33%	51448	-2,15%
Dlouhodobé pohledávky	110301	197230	-44,07%	124933	57,87%	93509	33,61%	63340	47,63%
Krátkodobé pohledávky	546684	62 847	-12,51%	691741	-9,67%	914837	-24,39%	814277	12,35%
Finanční majetek	40448	16966	138,41%	27598	-38,52%	10992	151,07%	17144	-35,88%

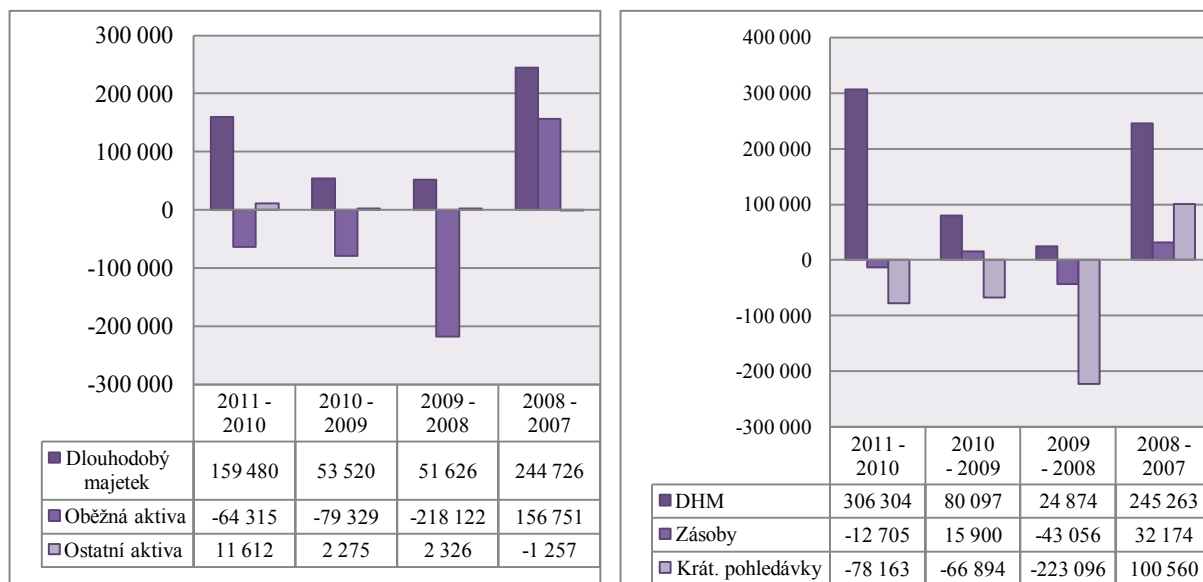
Zdroj:vlastní zpracování

Tabulka č. 4.1: Horizontální analýza aktiv v letech 2011 – 2007 zobrazuje stav celkových aktiv společnosti Kofola a.s. Celková aktiva společnosti v roce 2011 zaznamenávají nárůst z roku 2010 o 4,91 %, kdežto z roku 2009 je zaznamenán pokles o 1,07 %. V roce 2008 je také zaznamenán pokles o 6,95 %, rok 2007 vykazuje růst. Majetek společnosti Kofola a.s. se postupně během pěti let rozrůstá, jako u jiných dalších společností. Z počátku se jedná o rozrůstání majetku rychlejším tempem, avšak ke konci se začíná růst majetku zpomalovat, nicméně pořád však roste minimálně o 15%. Dlouhodobý hmotný majetek společnosti postupně rok od roka vzrůstal, zejména pozemky, stavby a samostatné movité věci společnosti. Dlouhodobý finanční majetek se objevil pouze v roce 2011.

Oběžná aktiva společnosti se pozvolna snižují, je to způsobeno také tím, že společnost se snaží, aby zbytečně nerostly přílišné zásoby. Pohledávky společnosti se snížily z roku 2010 na rok 2011 minimálně o 55 %. Finanční majetek společnosti dosahoval nejvyšších peněžních hodnot ve dvou obdobích, v roce 2009 hodnotou 27 598 tis. Kč v relativní změně se jedná

o růst 38,51 % oproti roku 2008. V roce 2011 finanční majetek dosahuje ještě vyšší peněžní hodnoty 40 448 tis. Kč, v relativní změně se jedná o růst až 138,41 % oproti roku 2010.

Graf 4.1: Horizontální analýza aktiv v letech 2011 - 2007



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.1 zobrazuje vývoj horizontální analýzy aktiv v letech 2011-2007, kde jsou k dispozici hodnoty jednotlivých položek v meziročním rozmezí. Můžeme vidět vývoj v jednotlivých letech položek společnosti Kofola a.s. jako je dlouhodobý majetek, oběžná aktiva, ostatní aktiva, dlouhodobý hmotný majetek, zásoby a krátkodobé pohledávky.

Tab. 4.2: Horizontální analýza pasiv v letech 2011-2007

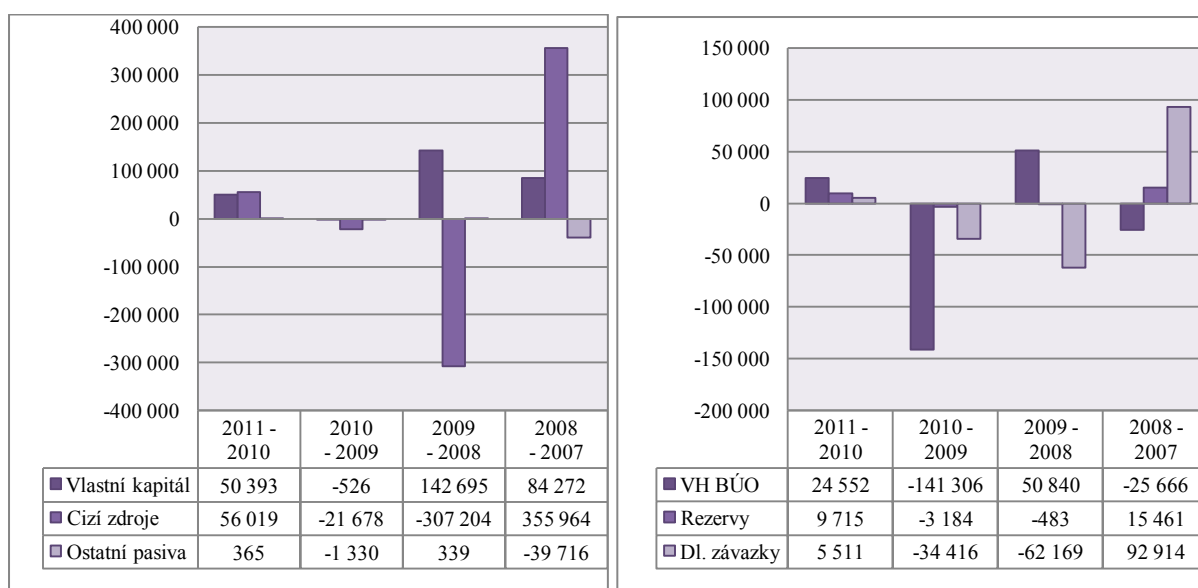
Položka v tis. Kč	2011 - 2010			2010 - 2009		2009 - 2008		2008 - 2007	
	2011	2010	Rel.	2009	Rel.	2008	Rel.	2007	Rel.
PASIVA CELKEM	2280541	2173764	4,91%	2197298	-1,07%	2361468	-6,95%	1961248	20,41%
VLASTNÍ KAPITÁL	621396	57 003	8,83%	571529	-0,09%	428834	33,28%	344562	24,46%
Základní kapitál	298653	268653	11,17%	268653	0,00%	268653	0,00%	268653	0,00%
Základní kapitál	268653	268653	0,00%	268653	0,00%	268653	0,00%	268653	0,00%
Rezervní fondy	34564	30898	11,86%	22535	37,11%	16298	38,27%	6362	156,18%
HV minulých let	241337	219162	10,12%	86745	152,65%	1127	7596,98%	-98875	-101,14%
HV běžného ÚO	76842	52290	46,95%	193596	-72,99%	142756	35,61%	168422	-15,24%
CIZÍ ZDROJE	1658780	1602761	3,50%	1624439	-1,33%	1931643	-15,90%	1575679	22,59%
Rezervy	24269	14554	66,75%	17738	-17,95%	18221	-2,65%	2760	560,18%
Dlouhodobé závazky	91813	86302	6,39%	120718	-28,51%	182887	-33,99%	89973	103,27%
Krátkodobé závazky	747584	747577	0,00%	760257	-1,67%	806875	-5,78%	685782	17,66%
Bankovní úvěry	795114	754328	5,41%	725726	3,94%	923660	-21,43%	797464	15,82%

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 4.2: Horizontální analýza pasiv v letech 2011 – 2007 zobrazuje stav celkových pasiv v relativním provedení společnosti Kofola a.s. Vlastní kapitál společnosti se meziročně první dva roky zvyšuje, v roce 2009 je velký pokles, naopak rok 2010 a 2011 zaznamenává růst o necelých 9 %. Hospodářský výsledek minulých let je zaznamenán jako pozitivní, zejména rok 2010 a 2011, kde se dá hovořit o velkém skoku k pozitivně uspokojující hodnotě. Cizí zdroje jsou na stabilní úrovni, během všech pěti let totiž zaznamenávají jen mírný kolísavý stav, není nijak skokový. Co se týče základního kapitálu společnosti, jedná se o jednotný stav, kdy je ve všech letech vložena jednotná peněžní částka. Dlouhodobé závazky mají kolísavý charakter, v roce 2008 dosahovali nejvyšší hodnoty, v roce 2009 se snížily o 29 % a v roce 2011 se naopak zvýšily o 6 %. U krátkodobých závazků na rozdíl od dlouhodobých, bylo zaznamenáno nižší kolísání, v roce 2008 a 2009 se jednalo o pokles, kdežto v roce 2011 byl zaznamenán 0 % stav. Bankovní úvěry se pohybovaly na stejné úrovni.

Meziroční zhodnocení v podobě grafického provedení je možné vidět v grafu č. 4.2, kde jsou k dispozici vybrané položky horizontální analýza v letech 2011 – 2007.

Graf 4.2: Horizontální analýza pasiv v letech 2011 - 2007



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.2 zobrazuje vývoj horizontální analýzy pasiv v letech 2011-2007, k dispozici jsou uvedeny vybrané jednotlivé položky společnosti, jež se vyvíjí v čase. Zahrnujeme zde vlastní kapitál, cizí zdroje, ostatní pasivy, výsledek hospodaření za běžné období, rezervy, ale i dlouhodobé závazky.

4.2.1.2 Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát

Analýza zabývající se procentními změnami položek, vyplývajících z výkazu zisku a ztráty společnosti Kofola a.s. Jednotlivé položky se meziročně zhodnocují, ať už v absolutním či relativním provedení. Horizontální analýza výsledovky společnosti Kofola a.s. v letech 2007 - 2011 má následující charakter v podobě tabulky č. 4.3.

Tab. 4.3: Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty v letech 2011-2007

Položka v tis. Kč	2011 - 2010			2010 – 2009		2009 – 2008		2008 - 2007	
	2011	2010	% změna	2009	% změna	2008	% změna	2007	% změna
Tržby za prodej zboží	362546	358587	1,10%	393380	-8,84%	513247	-23,35%	479913	6,95%
Náklady na prodané zboží	230775	234479	-1,58%	268926	-12,81%	345428	-22,15%	316211	9,24%
Obchodní marže	131771	124108	6,17%	124454	-0,28%	167819	-25,84%	163702	2,51%
Výkony	2023766	2055209	-1,53%	2152343	-4,51%	2414939	-10,87%	2393378	0,90%
Výkonová spotřeba	1704304	1728601	-1,41%	1693158	2,09%	1992340	-15,02%	2106912	-5,44%
Spotřeba mat. a energie	903407	928865	-2,74%	891566	4,18%	1105117	-19,32%	1255154	-11,95%
Služby	800897	799736	0,15%	801592	-0,23%	887223	-9,65%	851758	4,16%
Přidaná hodnota	451233	450716	0,11%	583639	-22,77%	590418	-1,15%	450168	31,16%
Osobní náklady	254216	287777	-11,66%	262812	9,50%	268102	-1,97%	231876	15,62%
Provozní VH	107638	94231	14,23%	232456	-59,46%	182528	27,35%	149981	21,70%
Finanční VH	-28343	-19557	44,93%	-43829	-55,38%	-36807	19,08%	-21414	71,88%
VH za běžnou činnost	76 842	52290	46,95%	193596	-72,99%	142307	36,04%	167567	-15,07%
Mimořádný VH	x	x	x	x	x	449	-100,00%	854	-47,42%
VH za účetní období	7 842	52290	46,95%	193596	-72,99%	142756	35,61%	168421	-15,24%
VH před zdaněním	79295	74674	6,19%	188627	-60,41%	146289	28,94%	129691	12,80%

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 4.3 zobrazuje vývoj jednotlivých položek výkazu zisku a ztrát, horizontální analýzou v daném období společnosti. Tržby za prodej zboží mají kolísavý charakter, nejprve se meziročně zvyšují, ale pak nastal skok snížení v roce 2010 – 2009. V roce 2010 a 2011 nastal růst o 1,10 %. Náklady za prodané zboží se první dva roky zvyšují, ale poslední tři roky mají snižující se charakter. Výkony jsou na standardní úrovni, v roce 2010 a 2011 je rozdíl ve snížení o 1,53 %. Výkonová spotřeba je obdobná a snížení je o 1,41 %. Spotřeba materiálu a energie je v posledních dvou letech na stejné úrovni jako předchozí dvě položky, jedná se tedy o snížení spotřeby o 2,74 %. Služby se naopak od spotřeby materiálu zvyšují a to maximálně o 0,15 %, taktéž tomu je u položky přidaná hodnota, kde je zaznamenán index zvýšení o 0,11 %. Osobní náklady se snižují o 11,66 %, provozní výsledek hospodaření zaznamenal růst o 14,23%. Výsledek hospodaření za běžnou činnost společnosti je uspokojivý vlivem zvýšení o necelých 50 %, oproti předešlým letem.

4.2.2 Vertikální analýza

Vertikální analýza sleduje poměrovost položek účetních výkazů společnosti Kofola a.s. vůči základní veličině. Obsahem podkapitoly je vertikální analýza rozvahy, kde se práce zabývá podrobným rozbořem aktiv a pasiv, a dále pak vertikální analýza výkazu zisku a ztrát.

4.2.2.1 Vertikální analýza rozvahy

U vertikální analýzy rozvahy bude určen podíl jednotlivých majetkových složek společnosti Kofola a.s. na celkových aktivech této společnosti. Dále bude určen podíl jednotlivých zdrojů financování společnosti Kofola a.s. na celkových pasivech rovněž této společnosti.

Tab. 4.4: Vertikální analýza aktiv v letech 2011 – 2007

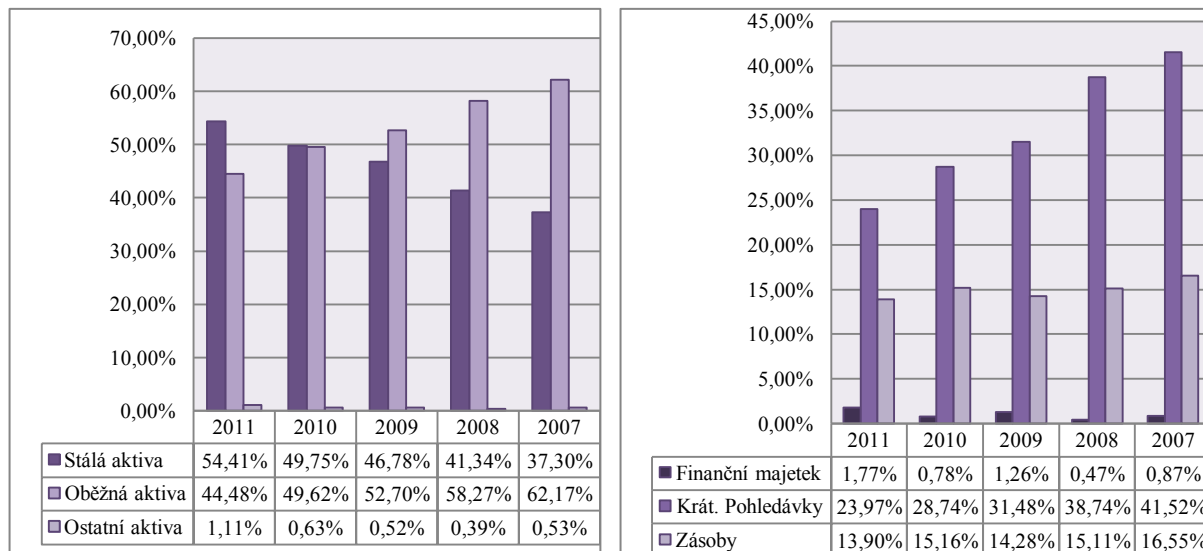
Položka v tis. Kč	2011		2012		2009		2008		2007	
	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.
AKTIVA CELK.	280 541	100%	2173764	100%	2197298	100%	2361468	100%	1961248	100%
DM	1240828	54,41%	1081348	49,75%	1027828	46,78%	976202	41,34%	731476	37,30%
DNM	387	0,02%	219	0,01%	26796	1,22%	45	0,00%	581	0,03%
DHM	111 433	49,00%	1081129	49,74%	1001032	45,56%	976158	41,34%	730895	37,27%
Pozemky	13228	0,58%	11483	0,53%	11483	0,52%	11483	0,49%	12955	0,66%
Stavby	449404	19,71%	412857	18,99%	406570	18,50%	415917	17,61%	224681	11,46%
DFM	123008	5,39%	x	x	x	x	x	x	x	x
OA	1014333	44,48%	1078648	49,62%	1157977	52,70%	1376099	58,27%	1219348	62,17%
Zásoby	316900	13,90%	329605	15,16%	313705	14,28%	356761	15,11%	324587	16,55%
Dl. pohledávky	110301	4,84%	107230	4,93%	124933	5,69%	93509	3,96%	63340	3,23%
Kr. pohledávky	546684	23,97%	624847	28,74%	691741	31,48%	914837	38,74%	814277	41,52%
Finanční maj.	40448	1,77%	16966	0,78%	27598	1,26%	10992	0,47%	17144	0,87%
OST. AKTIVA	25380	1,11%	13768	0,63%	11493	0,52%	9167	0,39%	10424	0,53%
Časové rozlišení	25551	1,12%	13768	0,63%	11493	0,52%	9167	0,39%	10424	0,53%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulky č. 4.4 udává obraz o vertikální analýze aktiv společnosti Kofola a.s., v letech 2007-2011. Dlouhodobý majetek společnosti se postupem času v jednotlivých letech zvyšuje. Podobně je na tom i dlouhodobý hmotný majetek, kde je zaznamenán v jednotlivých letech zvýšení okolo 50 %. Pozemky a stavby mají rostoucí charakter, v každém roce se zvýší, u pozemků je to kolem 1% a u staveb je to okolo 20 %. Dlouhodobý finanční majetek je zaznamenán jen v roce 2011. Oběžná aktiva se také zvyšují, první dva roky je to nad 50 % a poslední dva roky hodnoty činí pod 50 %, což je velmi uspokojivý stav. Ostatní aktiva se taktéž zvyšují, poslední rok je to o 1,11 %. Následuje grafické zobrazení vertikální analýzy

v grafu č. 4.3. K dispozici je vývoj stálých aktiv, oběžných aktiv, ostatních aktiv, finančního majetku, krátkodobých pohledávek a zásob v jednotlivých letech společnosti Kofola a.s.

Graf 4.3: Vertikální analýza aktiv v tis. Kč



Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 4.5: Vertikální analýza pasiv v letech 2011 – 2007

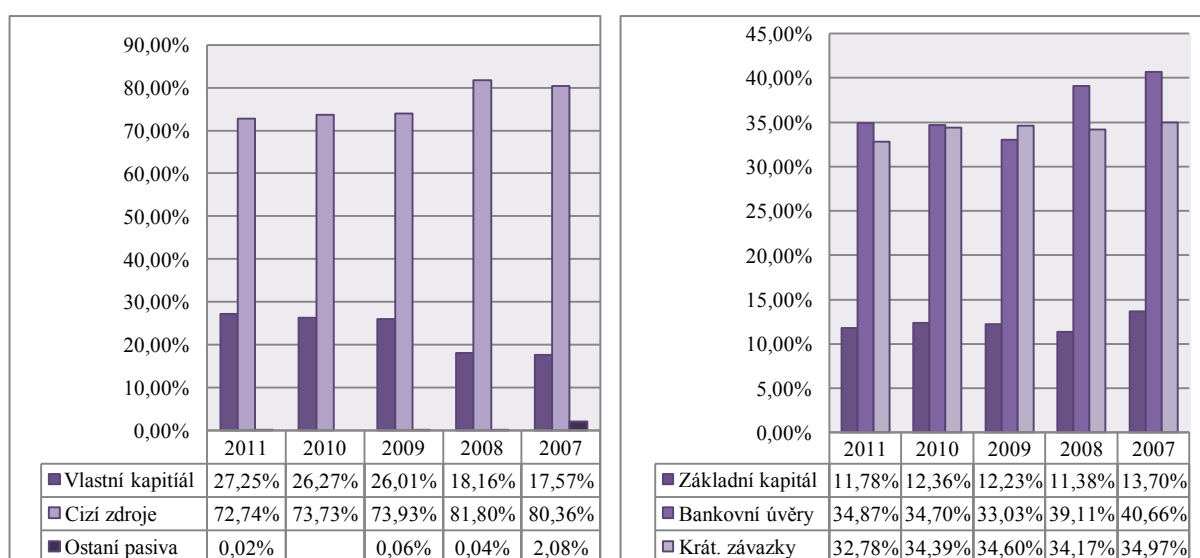
Položka v tis. Kč	2011		2010		2009		2008		2007	
	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.
PASIVA CELKEM	2280541	100,0%	2 173 764	100,0%	2197 298	100,0%	2361468	100,0%	1 961 248	100,0%
VLASTNÍ KAPITÁL	621396	27,25%	571 003	26,27%	571 529	26,01%	428834	18,16%	344 561	17,57%
Základní kapitál	268653	11,78%	268 653	12,36%	268 653	12,23%	268653	11,38%	268 653	13,70%
Rezervní fondy	34564	1,52%	30 898	1,42%	22 535	1,03%	16298	0,69%	6 362	0,32%
HV minulých let	241337	10,58%	219 162	10,08%	86 745	3,95%	1127	0,05%	-98 875	-5,04%
VH BÚO	76842	3,37%	52 290	2,41%	193 596	8,81%	142756	6,05%	168 421	8,59%
CIZÍ ZDROJE	1 658 780	72,74%	1 602 761	73,73%	1624 439	73,93%	1931643	81,80%	1 575 980	80,36%
Rezervy	24269	1,06%	14 554	0,67%	17 738	0,81%	18221	0,77%	2 760	0,14%
DL závazky	91 813	4,03%	86 302	3,97%	120 718	5,49%	182 887	7,74%	89 973	4,59%
Kr. závazky	747 584	32,78%	747 577	34,39%	760 257	34,60%	806 875	34,17%	685 783	34,97%
Bankovní úvěry	795114	34,87%	754 328	34,70%	725 726	33,03%	923660	39,11%	797 464	40,66%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 4.5 zobrazuje stav vertikální analýzy společnosti Kofola a.s. v letech 2007-2011. Vlastní kapitál vykazuje zvýšení, v roce 2007 se jedná hodnotu 17,57 % a v roce 2011 o 27,25 %. Hospodářský výsledek minulých let vykazuje v roce 2011 hodnotu 10,58 %, výsledek hospodaření za běžné účetní období je menší 3,37 %. Cizí zdroje 2011 tvoří vyšší hodnotu relativní změny 72,74 % oproti roku 2010, která je větší, činí 73,73 %. Z cizích

zdrojů stojí za zmínku zvýšení rezerv z hodnoty 0,14 % na relativní hodnotu 1,06 %. Dlouhodobé závazky mají kolísavý charakter v roce 2007 je relativní změna 4,59 %, v roce 2008 je 7,74 %, v roce 2009 je 5,49 %, v roce 2010 je 3,97 % a v roce 2011 je to 4,03 %. Krátkodobé závazky mají taktéž kolísavý charakter, oproti dlouhodobým závazkům se jedná o menší skoky, například v roce 2007 jde o relativní změnu 34,97 %, v roce 2008 je to 34,17 %, v roce 2009 je to 34,60 %, v roce 2010 je to 34,39 % a v roce 2011 je relativní změna 32,78 %. Bankovní úvěry se pohybují od 34 % do 41%. Následuje opět grafické provedení vybraných položek vertikální analýzy pasiv v grafu č. 4.4. K dispozici je relativní změna v jednotlivých letech (2007 – 2011) vlastního kapitálu, cizích zdrojů, ostatních pasiv, základního kapitálu, bankovních úvěrů a krátkodobých závazků společnosti Kofola a.s. V grafu můžeme vidět, jak se jednotlivé položky v každém roce vyvíjejí. K dispozici je u každé položky přímo relativní hodnota v každém roce.

Graf 4.4: Vertikální analýza pasiv v tis. Kč



Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.2.2 Vertikální analýza výkazu zisku a ztrát

Vertikální analýza výsledovky vyjadřuje, kolikaprocentní podíl mají jednotlivé položky na tržbách z hlavní činnosti společnosti Kofola a.s. v jednotlivých letech. K dispozici slouží tabulkové provedení obsahující jednotlivé položky výkazu zisku a ztráty, jež jsou pomocí vertikální analýzy zjištěné relativní hodnoty vedle základních hodnot v jednotlivých letech a v procentuálním provedení.

Tab. 4.6: Vertikální analýza výsledovky v letech 2011 - 2007

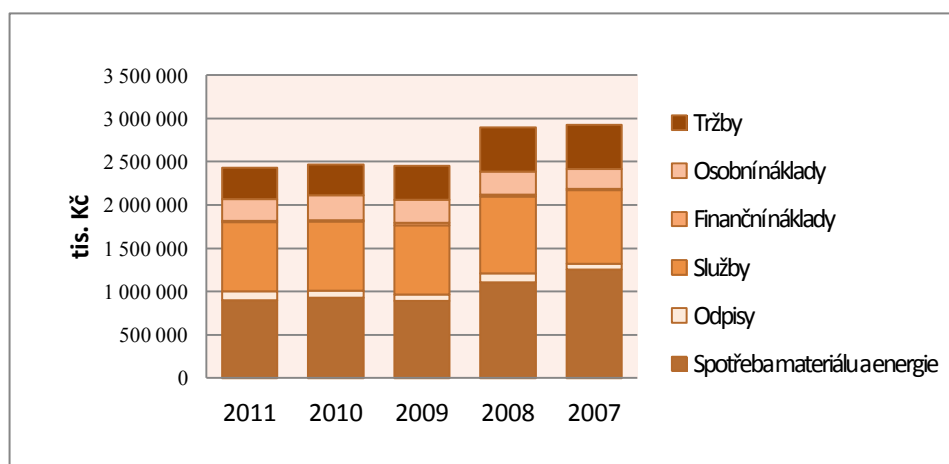
Položka v tis. Kč	2011		2010		2009		2008		2007	
	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.	Hodnota	Rel.
Tržby za prodej zboží	362546	100,0%	358587	100,00%	393 380	100,00%	513 247	100,00%	479913	100,00%
Vynaložené náklady	230775	63,65%	234479	65,39%	268 926	68,36%	345 428	67,30%	316211	65,89%
Výkonová spotřeba	1704304	470,0%	1728601	482,06%	1693158	430,41%	1992340	388,18%	2106912	439,02%
Spotřeba mat. a en.	903407	249,1%	928865	259,03%	891566	226,64%	1105117	215,32%	1255154	261,54%
Služby	800897	220,9%	799736	223,02%	801592	203,77%	887223	172,86%	851758	177,48%
Přidaná hodnota	451233	124,4%	450716	125,69%	583639	148,37%	590418	115,04%	450168	93,80%
Osobní náklady	254216	70,12%	287777	80,25%	262812	66,81%	268102	52,24%	231876	48,32%
Ostatní provozní náklady	21018	5,80%	x	x	x	x	x	x	x	x
Provozní VH	107638	29,69%	94231	26,28%	232456	59,09%	182528	35,56%	149981	31,25%
Výnosy z DFM	56624	15,62%	x	x	x	x	x	x	x	x
Výnosové úroky	57	0,02%	129	0,04%	293	0,07%	790	0,15%	2779	0,58%
Ostatní finanční N	11059	3,05%	11095	3,09%	27679	7,04%	19119	3,73%	10831	2,26%
Finanční VH	-28343	-7,82%	-19557	-5,45%	-43829	-11,14%	-36807	-7,17%	-21414	-4,46%
Daň z příjmů za BČ	2453	0,68%	22384	6,24%	-4969	-1,26%	3414	0,67%	-39000	-8,13%
VH za BČ	76842	21,20%	52290	14,58%	193596	49,21%	142307	27,73%	167567	34,92%
Mimořádný VH	x	x	x	x	x	x	449	0,09%	854	0,18%
VH za účetní období	76842	21,20%	52290	14,58%	193596	49,21%	142756	27,81%	168421	35,09%
VH před zdaněním	79295	21,87%	74674	20,82%	188627	47,95%	146289	28,50%	129691	27,02%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 4.6 zobrazuje stav jednotlivých položek výkazu zisku a ztráty, tyto položky prošly vertikální analýzou a výsledkem jsou realitní hodnoty v procentech za jednotlivá období společnosti. Vynaložené náklady za rok 2011 činí 63,65 %, oproti roku poslednímu 2007, kde relativní změna se pohybuje v 65,89 %. Osobní náklady, které společnost využívá především na mzdu zaměstnancům, činí v roce 2011 70 % oproti roku předešlému 2010, kde osobní náklady činí až 80 %. Provozní výsledek hospodaření činí za rok 2011 kolem 30 %, výsledek hospodaření za běžnou činnost je v tom samém roce okolo 22 %. Mimořádný výsledek hospodaření je zaznamenán jen v roce 2007 0,18 % a v roce 2008 0,09 %. Výsledek hospodaření za účetní období činí za rok 2011 kolem 22 % a výsledek hospodaření před zdaněním činí v tom samém roce také kolem 22 %.

Následuje graf č. 4.5 obsahující vertikální analýzu výsledovky, kde je k dispozici grafické zobrazení vybraných položek z výkazu zisku a ztráty společnosti. V jednotlivých letech se vyvíjí položky, mezi nejhlavnější patří tržby, pak to jsou osobní a finanční náklady, dále následují služby, potom odpisy a nakonec se vyskytuje spotřeba materiálu a energie společnosti Kofola a.s. Všechny peněžní údaje jsou v grafu tak jako v tabulce zaznamenány v tis. Kč, pro lepší přehlednost.

Graf 4.5: Vertikální analýza výsledovky – tržby a složky nákladů



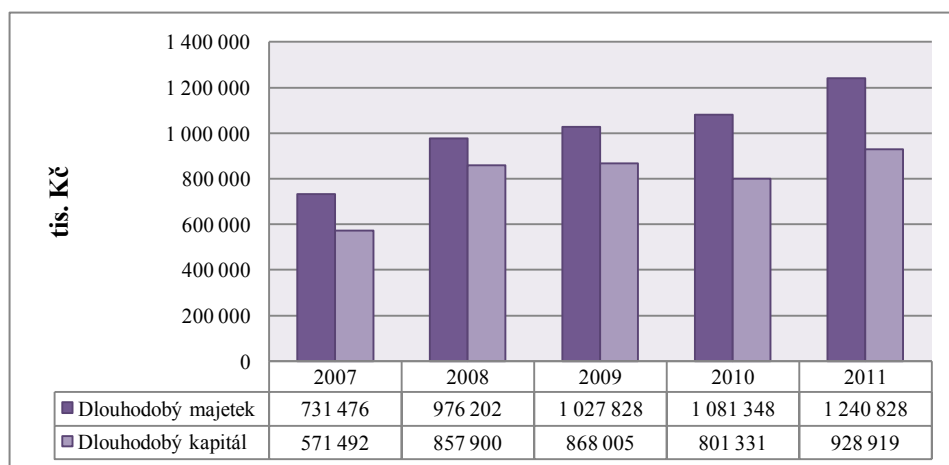
Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.3 Analýza bilančních pravidel

Horizontální a vertikální analýzu lze doplnit i rozbořem dodržování tzv. bilančních pravidel, do kterých patří tři základní pravidla. Patří zde zlaté bilanční pravidlo, pravidlo vyrovňování rizika a pari pravidlo.

Zlaté bilanční pravidlo – slouží k porovnávání dlouhodobých zdrojů a dlouhodobého majetku společnosti Kofola a.s. a hlídá časovou sladěnost umístění zdrojů do majetku. Obsahem pravidla je dlouhodobý majetek podniku a dlouhodobý kapitál společnosti, do kterého zahrnujeme vlastní kapitál, dlouhodobé závazky a dlouhodobý úvěr. Následující grafické zobrazení ukazuje vývoj zlatého bilančního pravidla společnosti Kofola a.s. v určitém časovém období.

Graf 4.6: Zlaté bilanční pravidlo – vztah dlouhodobého majetku a kapitálu

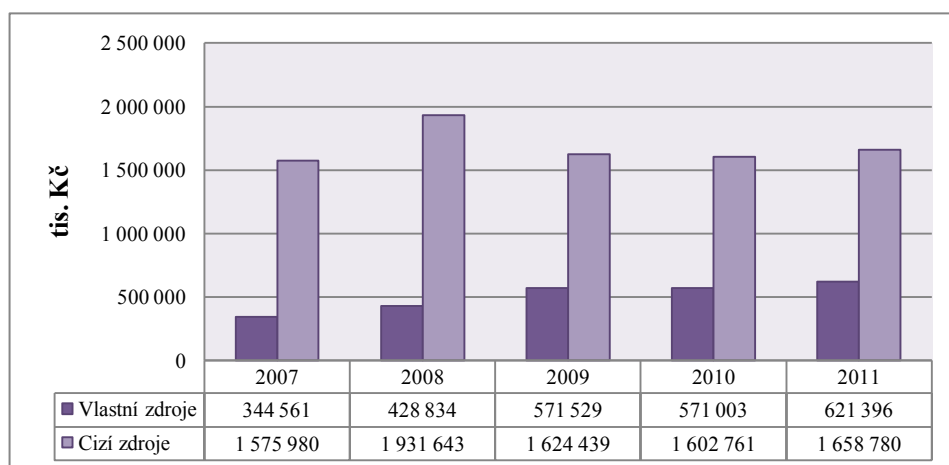


Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu č. 4.6 lze vidět, že ani v jednom roce nebyl dodržen požadavek přibližného časového sladění majetku a kapitálu společnosti. Dlouhodobý kapitál narůstá oproti jednomu roku 2010, majetek se tak zvyšuje, je jasné, že z těchto zdrojů jsou financována krátkodobá aktiva. Pro společnost to není moc uspokojující, jelikož to je dražší alternativa a brzdí se tím jeho další rozvoj.

Pravidlo vyrovňování rizika – slouží k zobrazení vztahu vlastního kapitálu a cizího kapitálu společnosti. Pro stanovení pravidla je zapotřebí mít k dispozici vlastní zdroje a cizí zdroje. Následující graf zobrazuje vývoj pravidla vyrovňování rizika v určitém časovém období společnosti Kofola a.s.

Graf 4.7: Pravidlo vyrovňování rizika – vztah vlastních a cizích zdrojů

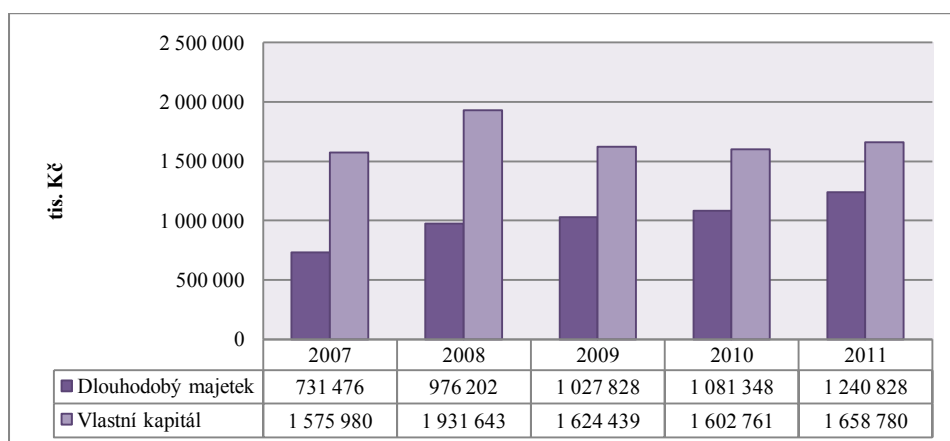


Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.7 zobrazuje situaci, kde z hlediska hodnocení nízkého rizika zřejmé, že se v tomto případě požaduje, aby ve společnosti bylo více vlastního kapitálu než cizího, pravidlo v tomto případě není splněno. Z vývoje je vidět, že vlastního kapitálu neustále přibývá, kromě roku 2010, kde o něco nižší než předchozí rok. Co se týče cizích zdrojů, tak zde lze zachytit kolísavý stav.

Pari pravidlo – slouží k srovnávání vlastního kapitálu a dlouhodobého majetku společnosti, požaduje však, aby byl dlouhodobý majetek kryt celý a to vlastním kapitálem jen výjimečně. Z pravidla vychází, že vlastního kapitálu by mělo být méně než dlouhodobého majetku, je to proto, aby se vyskytla možnost vytvoření prostoru pro financování dlouhodobými cizími zdroji. Následující grafické zobrazení ukazuje realitu ve společnosti Kofola a.s.

Graf 4.8: Pari pravidlo – vlastní kapitál a krytí dlouhodobého majetku



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.8 zobrazuje vývoj dlouhodobého majetku a vlastního kapitálu společnosti v letech 2007-2011. Dlouhodobý majetek je v každém roce krytý vlastním kapitálem mělo by se však jednat jen o výjimečné krytí. Dle pari pravidla by mělo být vlastního kapitálu méně než dlouhodobého majetku, v této situaci tomu tak není.

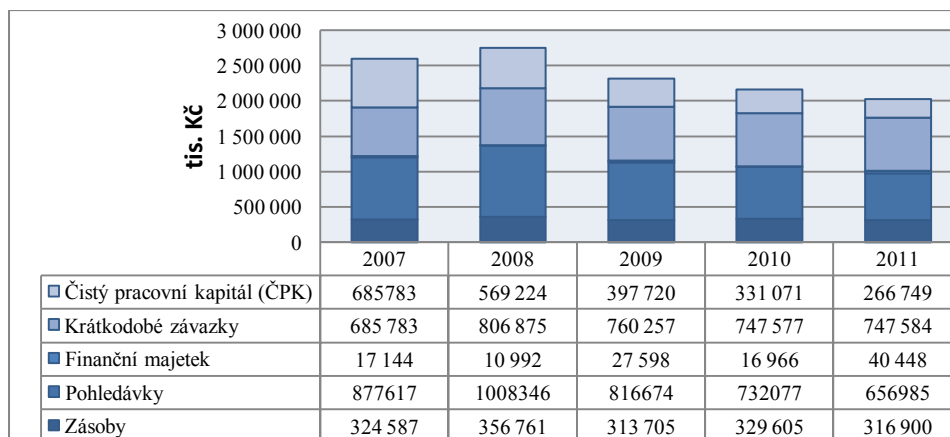
4.3 Analýza vybraných rozdílových ukazatelů

Analýza rozdílových ukazatelů v práci zjišťuje finanční situaci společnosti prostřednictvím ukazatelem nazývaným „čistý pracovní kapitál (ČPK)“.

4.3.1 Čistý pracovní kapitál

Zobrazuje oběžný majetek společnosti, který není pokryt z krátkodobých zdrojů. Analýza je významná jak pro finanční řízení podniku, tak pro náhled na způsob financování krátkodobého majetku.

Graf 4.9: Čistý pracovní kapitál v letech 2007-2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu č. 4.9 je k dispozici vývoj ukazatele čistého pracovního kapitálu v určitém časovém úseku. Čistý pracovní kapitál společnosti se každým rokem snižuje. Z grafu dále můžeme sledovat kolísání krátkodobých závazků, kolísání finančního majetku, kolísání pohledávek či kolísání hodnot zásob.

4.4 Analýza vybraných poměrových ukazatelů

Tato podkapitola zobrazuje postupně analyzované čtyři hlavní skupiny poměrových ukazatelů. Patří mezi ně ukazatele rentability, ukazatele aktivity, ukazatele likvidity a ukazatele zadluženosti.

4.4.1 Ukazatele rentability

Ukazatele rentability nebo také výnosnosti, hodnotí výnosnost vložených zdrojů společnosti. Ukazatelé pozorují efektivnost, jež se v podniku vyskytuje, jedná se tedy o kapitál, který je investován. Slouží při rozhodování společnosti, kdy si společnost vybírá jakou aktivitu z dění vyloučí, anebo naopak, na jakou aktivitu se společnost bude v budoucnu zaměřovat.

Tab. 4.7: Ukazatel rentability v letech 2007-2011

Ukazatel rentability	2011	2010	2009	2008	2007
ROA	4,45%	4,41%	9,80%	8,00%	7,93%
ROE	12,37%	9,16%	33,87%	33,29%	48,88%
ROS	3,22%	2,18%	7,57%	4,89%	5,79%
ROCE	10,65%	11,75%	24,30%	21,58%	27,14%

Zdroj: Vlastní zpracování

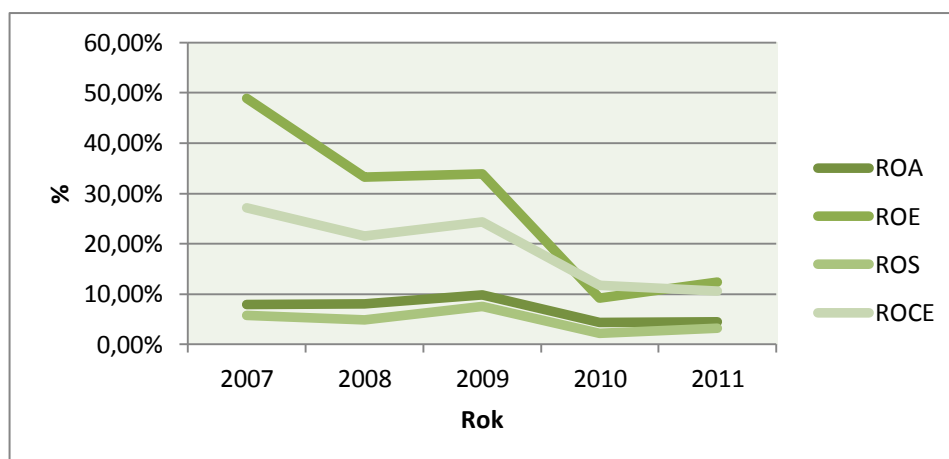
Tabulka č. 4.7 zobrazuje ukazatele rentability (aktivity) společnosti Kofola a.s. v letech 2007-2011. Prvním ukazatelem je rentabilita aktiv (Return on Assets – ROA), tento ukazatel poměřuje zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání. Zde nezáleží, z jakých zdrojů jsou financovány. Ukazatel ROA bere v úvahu efekt, který přináší zisk jak pro stát ve formě daní, tak pro věřitele ve formě úroků. Pro majitele pak přináší čistý zisk. Ukazatel v období 2007-2011 vykazuje kladných hodnot. Do roku 2009 jeho hodnota meziročně stoupá, v roce 2010-2011 klesla téměř až o polovinu na 4,41-4,45%. Stoupání se vysvětluje tím, že od roku 2007 aktiva meziročně rostly, kdežto provozní zisk mezitím klesal. Naopak v roce 2010-2011 nastala situace, kdy aktiva klesla a tím pádem mezitím provozní zisk společnosti Kofola a.s. stoupl.

Druhým ukazatelem rentability je rentabilita vlastního kapitálu (Return of Equity – ROE). Tento ukazatel vyjadřuje efekt, který přináší vložené zdroje majiteli podniku. Říká nám, kolik zisku přinese 1 Kč vložena majitelem. Od roku 2007 dochází k jeho postupnému snižování, to znamená, že vlastní kapitál roste rychleji než čistý zisk. V roce 2011 dochází k pomalému růstu oproti roku 2010, dosahuje úrovně 12,37 %.

Třetím ukazatelem rentability je rentabilita tržeb (Return on Sales – ROS), ukazující schopnost podniku dosahovat zisku při dané úrovni tržeb. Přesná ukázka vývoje ukazatelů rentability je nabídnut v grafickém provedení-graf č. 4.10.

Posledním ukazatelem rentability je rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu (Return on Capital Employed – ROCE), zobrazující informace o výnosnosti dlouhodobých zdrojů, lépe řečeno se tento ukazatel zabývá využitím dlouhodobého kapitálu zapojeného do výkonu předmětu činnosti podniku.

Graf 4.10: Ukazatele rentability v letech 2007 - 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.10 ukazuje vývoj daných ukazatelů v určitém období společnosti Kofola a.s. U ukazatele ROA je viditelný mírný procentuální pokles, ale od roku 2010 je zaznamenán růst. U ukazatele ROE je také vidět pokles, jedná o prudký pokles, kdy se z hodnoty 50 % snížil na hodnotu 8 % do roku 2010, od tohoto roku se začíná pozvolna zvyšovat, v roce 2011 už pak dosahuje hodnoty 12 %. Ukazatel ROS je asi jediným ukazatelem, který vykazuje nejmenší pokles, ale je zde zaznamenán jen k roku 2010, od tohoto roka, je vidět pomalý růst a v roce 2011 dosahuje hodnota 5 %. U ukazatele ROCE je vidět pokles v roce 2007 z 28 % na 10 %, v roce 2011 je zaznamenána stejná hodnota 10%, neobjevuje se zatím snižování ani zvyšování.

4.4.2 Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity sledují schopnost společnosti Kofola a.s., jak využívá svůj majetek (aktiva) v jednotlivých podnikových fázích (např. ukazuje, zda má společnost dostatek produktivní aktiv apod.). Můžeme říci, že se jedná o kombinované ukazatele, jelikož se poměrují položky rozvahy a výsledovky.

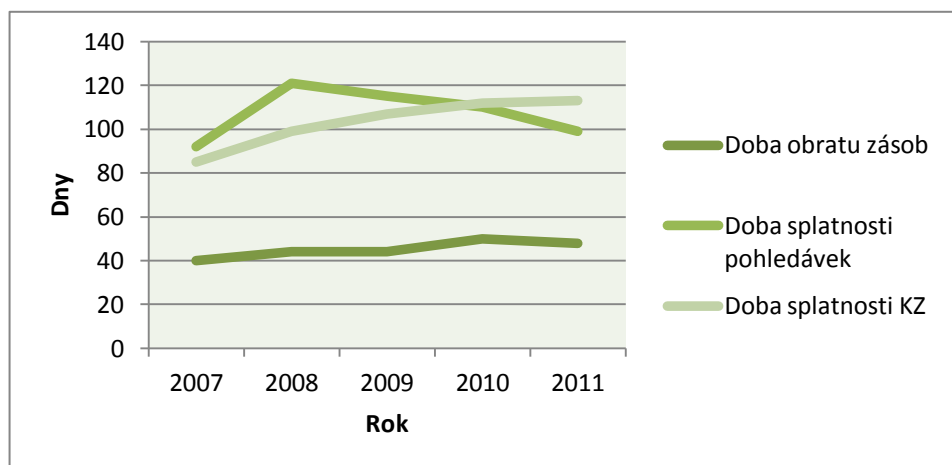
Tab. 4.8: Ukazatele aktivity v letech 2011 - 2007

Ukazatele aktivity	2011	2010	2009	2008	2007
Obrat aktiv	1,05	1,10	1,16	1,24	1,48
Obrat zásob	7,53	7,27	8,15	8,19	8,96
Obrat pohledávek	3,63	3,27	3,13	2,90	3,31
Obrat krátkodobých závazků	3,19	3,21	3,36	3,62	4,24
Doba obratu zásob	48	50	44	44	40
Doba obratu pohledávek	99	110	115	121	92
Doba obratu KZ	113	112	107	99	85

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 3.8 zobrazuje jednotlivé ukazatele aktivity společnosti, kde se obrat aktiv pohybuje nad doporučenou hodnotu 1, zatímco v čase ale klesá – není to zrovna pozitivní zjištění. Za důvod můžeme považovat nižší tržby nebo zbytečné držení aktiv, které společnost nevyužívá, jak by měla. Obraty zásob a pohledávek se stejně tak snižují jako obraty aktiv, až na rok 2011, kde můžeme vidět náznak menšího růstu u ukazatele obratu pohledávek. Následuje grafické zobrazení dob obratu v jednotlivých letech.

Graf 4.11: Ukazatele dob obratu 2007 - 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu č. 3.8 můžeme sledovat vzájemný vztah a také vývoj dob obratu společnosti v letech 2007 - 2011. Doba obratu zásob pozvolna narůstá, což znamená, že zásoby rostou o něco rychleji než tržby. Doba obratu krátkodobých závazků se postupem času zvyšuje, naopak doba obratu pohledávek se od roku 2008 snižuje, zde tedy můžeme vidět nesouměr vztahu mezi dobou obratu splatnosti krátkodobých závazků a pohledávek. Doba splatnosti pohledávek je nižší než doba splatnosti krátkodobých závazků, kromě dvou let 2007 a 2008.

4.4.3 Ukazatele likvidity

Likvidita vyjadřuje schopnost podniku přeměnit svá aktiva na peněžní prostředky, kterými bude krýt včas, to znamená v požadované době a také na požadovaném místě všechny splatné závazky. V praxi vycházíme ze tří základních ukazatelů, likvidita běžná nebo také celková, likvidita pohotová a likvidita okamžitá.

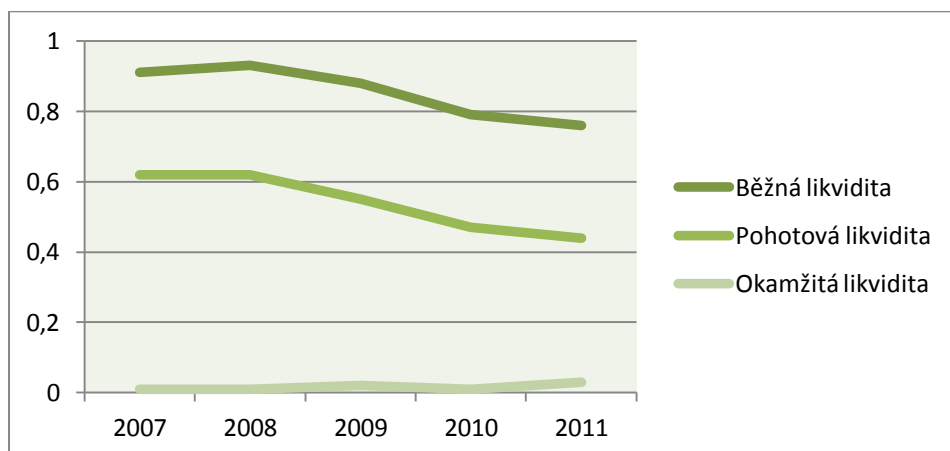
Tab. 4.9: Ukazatele likvidity v letech 2011 - 2007

	2011	2010	2009	2008	2007
Běžná likvidita	0,76	0,79	0,88	0,93	0,91
Pohotová likvidita	0,44	0,47	0,55	0,62	0,62
Okamžitá likvidita	0,03	0,01	0,02	0,01	0,01

Zdroj: Vlastní zdroj

Tabulka č. 4.9 zobrazuje stav tří základních ukazatelů likvidit za určitá sledovaná období. Následující grafické zobrazení ukazuje vývoj jednotlivých ukazatelů likvidity, od celkové až po okamžitou likviditu. Následuje opět grafické provedení vývoje ukazatelů likvidity společnosti Kofola a.s. v letech 2007 – 2011 v grafu č. 4.12.

Graf 4.12: Vývoj ukazatele likvidity



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.12 umožňuje sledovat vývoj jednotlivých ukazatelů. Ukazatel běžné likvidity se v celém sledovaném období, jak můžeme vidět z grafu, blíží k hodnotě 1. Tento vývoj ukazatele lze považovat za stav uspokojivý, jelikož si zachovává stabilní úroveň. Ukazatel pohotové likvidity ve sledovaném období postupně klesá od hodnoty 0,62 po hodnotu 0,44. Opět lze tento stav považovat za uspokojivý, jelikož nebyla překročena hodnota doporučená k překročení pravidla pohotové likvidity. Ukazatel okamžité likvidity se ve sledovaném čase mírně zvyšuje, ale nepřesahuje doporučenou hodnotu, která by se měla pohybovat na úrovni hodnot 0,2 – 0,5. Stav opět můžeme považovat za uspokojivý, jelikož v roce 2011 shledáváme hodnotu 0,03 za nejvyšší ve sledovaném období. Nedá se nevšimnout, že všechny tři ukazatele likvidity na první pohled vykazují nižší hodnoty, než jsou obecně doporučovány. Ve skutečnosti je právě vhodná úroveň těchto ukazatelů odlišována pro různá odvětví. U ukazatelů likvidity si společnost Kofola a.s. zachovala svou hodnotu, jelikož nebyla překročena ani jedna hodnota, která by nevyhovovala u všech tří likvidit.

4.4.4 Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti poměřují cizí a vlastní zdroje společnosti Kofola a.s., avšak zabývají se i schopností hradit dluh společnosti, který společnost získala ve formě nákladů. Mezi náklady společnosti Kofola a.s. máme na mysli i osobní a finanční náklady, vyplývající z výkazu zisku a ztráty. K ukazatelům zadluženosti společnosti Kofola a.s. slouží následující tabulka, kde jsou k dispozici jednotliví tři ukazatelé.

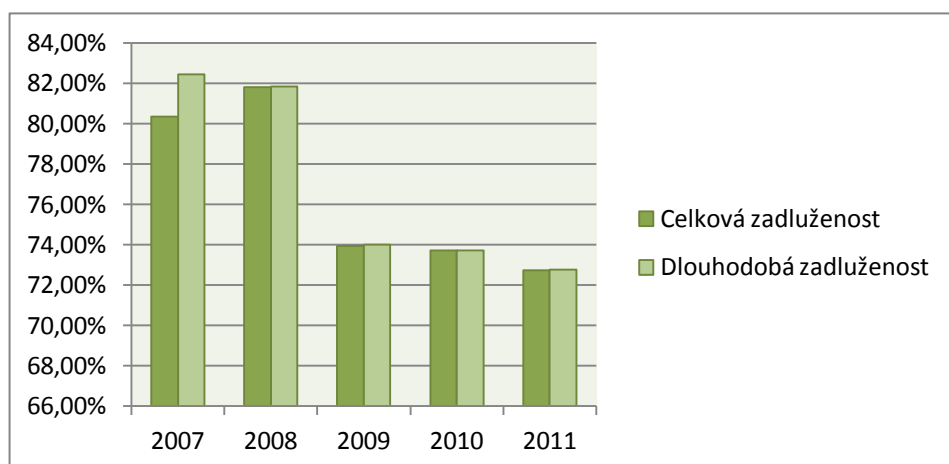
Tab. 4.10: Ukazatele zadluženosti v letech 2011 - 2007

	2011	2010	2009	2008	2007
Celková zadluženost	72,74%	73,73%	73,93%	81,80%	80,36%
Dlouhodobá zadluženost	72,75%	73,73%	73,99%	81,84%	82,43%
Úrokové krytí	4,58	4,52	8,08	4,42	5,96

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 4.10 slouží k zobrazení výsledných hodnot všech tří ukazatelů zadluženosti v letech 2007 – 2011. Celková zadluženost společnosti Kofola a.s. dosahuje v posledním roce 2011 hodnot 72,74 %. Jedná se o nejmenší výslednou hodnotu ze všech pěti období, pro společnost je velmi uspokojivý výsledek, jelikož se celková hodnota podle hodnoty snižuje a snižují se tedy i všechny dluhy společnosti. Dlouhodobá zadluženost je na tom, jak můžeme vidět úplně obdobně, jako celková zadluženost, jedná se tedy také o nejnižší a tím pádem o uspokojivou hodnotu společnosti. Úrokové krytí je 4,58 %.

Graf 4.13: Vývoj ukazatele zadluženosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.13 nám umožňuje vidět vývoj jednotlivých ukazatelů v letech 2007 – 2011. Ukazatel celkové zadluženosti a ukazatel dlouhodobé zadluženosti vykazují od roku 2009 úplně stejnou výslednou hodnotu, jak můžeme vidět z grafu. V roce 2009 se jedná o 73,93 %, v roce 2010 je to 73,73 % a v roce 2011 se jedná o hodnotu 72,74 %. Když se ale podíváme na první dva roky, tak můžeme vidět, že se jedná o velký skok, kdy v roce 2007 nejvyšší výsledná hodnota dlouhodobé zadluženosti sahala až skoro na 83 %, v roce 2008 už byly oba ukazatele skoro na stejné úrovni, která byla 82 %. Z grafu to krásně můžeme vyčíst a vidět vývoj v jednotlivých letech těchto dvou ukazatelů zadluženosti.

4.4.5 Ukazatele produktivity

Ukazatele produktivity sledují výkonnost společnosti Kofola a.s. ve vztahu k počtu zaměstnanců, vykonávající ve společnosti práci. Dva nejdůležitější ukazatele pro produktivitu nazýváme osobní náklady k přidané hodnotě a produktivita práce z přidané hodnoty.

Tab. 4.11: Ukazatele produktivity v letech 2011 - 2007

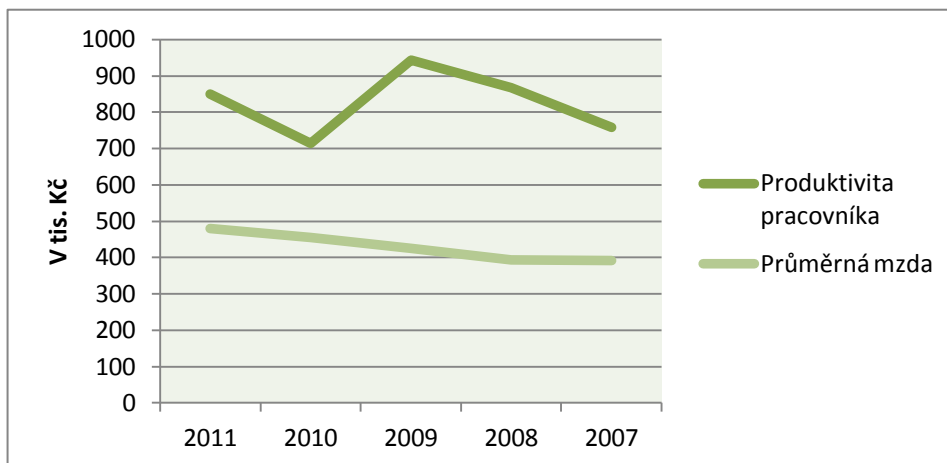
	2011	2010	2009	2008	2007
Osobní náklady z přidané hodnoty	56,34%	63,85%	45,03%	45,41%	51,51%
Prod. práce z PH (tis. Kč)	850	714	943	867	759
Průměrná mzda (tis. Kč)	479	456	425	394	391

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 4.11 zobrazuje ukazatele produktivity v letech 2007 – 2011, kde v procentuálních hodnota je uveden ukazatel, který má na starosti osobní náklady z přidané

hodnoty. Tento ukazatel vykazuje nejvyšší roční hodnotu v roce 2010, kde činí 63,85 % a nejnižší hodnotu v roce 2009, kde činí 45,03 %. Dalším ukazatelem produktivity je produktivita práce z přidané hodnoty a její nejvyšší vykazovaná hodnota činí 943 tis. Kč a nejnižší hodnota potom je 759 tis. Kč. Následuje ukazatel průměrná mzda, kde nejvyšší hodnotu můžeme zaznamenat v roce 2011, kdy činí 479 tis. Kč a nejnižší hodnota je v prvním roce 2007, kdy činí 391 tis. Kč. Následuje grafické provedení v podobě grafu č. 4.14.

Graf 4.14: Vývoj produktivity pracovníka a jeho mzdy



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4.14 zobrazuje vývoj dvou ukazatelů produktivity v peněžních hodnotách, kdy produktivita pracovníka má kolísavý charakter a ukazatel průměrná mzda, má mírně rostoucí charakter.

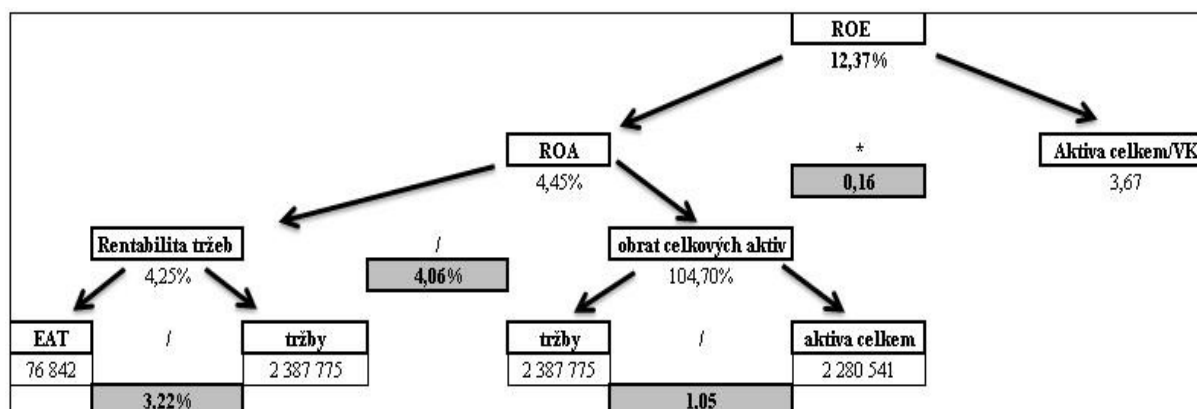
4.5 Analýza vybraných soustav ukazatelů

Analýza soustav ukazatelů vysvětluje vlivy změn jednoho nebo více ukazatelů na celé hospodaření společnosti Kofola a.s., ulehčuje a zpřehledňuje analýzu dosavadního vývoje společnosti a poskytuje podklady pro výběr rozhodnutí z hlediska podnikových a externích cílů. K vybraným analýzám soustav ukazatelů patří pyramidové soustavy.

4.5.1 Pyramidové soustavy

Smyslem pyramidových soustav je sestavení hlavního ukazatele ve vrcholu, kde se postupně popisují vzájemné závislosti jednotlivých dalších ukazatelů společnosti, jakýkoliv zásah do jednoho ukazatele se pak projeví v celé vazbě. Použitá je nejtypičtější pyramidová soustava, nazývaná rozklad Du Pont společnosti Kofola a.s. za rok 2011.

Obr. 4.1: Du Point rozklad společnosti Kofola a.s. v roce 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek č. 4.1 ukazuje, že rentabilita vlastního kapitálu (ROE) dosahuje kladných hodnot i při využití cizího kapitálu, to znamená, že finanční páka působí pozitivně. Vynásobením ROS, obratu aktiv a podílem aktiv/VK se výsledkem stane ROE, jehož hodnota pro rok 2011 činí 12,37 %. Změní-li se dílčí položky vstupující do tohoto rozkladu, dostane vždy jinou hodnotu rentability vlastního kapitálu (ROE), jelikož se vždy bude promítat, na hlavním vrcholu rozkladu Du Point analýzy.

4.6 Indexy hodnocení podniku

Souhrnné indexy hodnocení podniku slouží k zobrazení o stavu společnosti, jelikož mají některé finanční ukazatele vypovídací hodnotu kladnou a jiné negativní, nemusí tomu tak být. Proto byly vyvinuty modely, které prostřednictvím jednoho čísla (souhrnného indexu), představí celkovou finanční charakteristiku společnosti Kofola a.s. Mezi vybrané modely patří Altmanová analýza, index IN05 a Taflerův bankrotní model.

4.6.1 Altmanův model

Altmanův model vyhodnocuje souhrnně finanční zdraví společnosti, kde se stanoví jediné číslo Z-skore, skládá se z pěti ukazatelů a zahrnuje v sobě rentabilitu, zadluženost, likviditu a strukturu kapitálu. Stanovuje se pak tak, že se k jednotlivým ukazatelům přiřadí váha. Následuje výpočet jednotlivých Z- skore v letech 2007 – 2011.

$$Z_{2007} = 0,717 \times 0,446 + 0,847 \times 0,073 + 3,107 \times 0,247 + 0,42 \times 0,058 + 0,998 \times 1,480 = \mathbf{2,303}$$

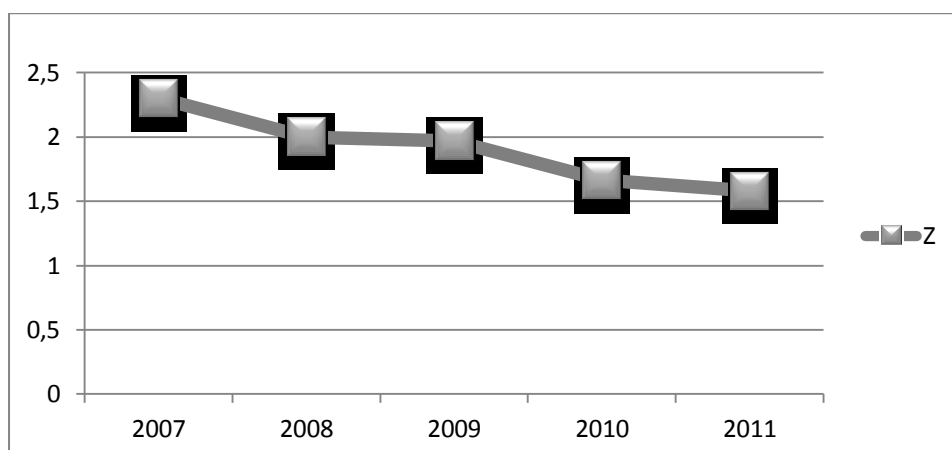
$$Z_{2008} = 0,717 \times 0,418 + 0,847 \times 0,051 + 3,107 \times 0,249 + 0,42 \times 0,048 + 0,998 \times 1,235 = \mathbf{2,000}$$

$$Z_{2009} = 0,717 \times 0,378 + 0,847 \times 0,075 + 3,107 \times 0,304 + 0,42 \times 0,051 + 0,998 \times 1,162 = \mathbf{1,970}$$

$$Z_{2010} = 0,717 \times 0,356 + 0,847 \times 0,020 + 3,107 \times 0,137 + 0,42 \times 0,052 + 0,998 \times 1,100 = \mathbf{1,665}$$

$$Z_{2011} = 0,717 \times 0,319 + 0,847 \times 0,029 + 3,107 \times 0,138 + 0,42 \times 0,049 + 0,998 \times 1,045 = \mathbf{1,580}$$

Graf 4.15: Vývoj Altmanova indexu v letech 2007 - 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Pomocí Altmanova modelu je řešena situace postupného snižování z-skore od roku 2007, kdy se z-skore snížilo z hodnoty 2,303 na hodnotu 1,580. Podle doporučené škály se stav společnosti v letech 2007 – 2011 shoduje s druhou variantou pásma $1,23 < Z < 2,89$, jde o pásmo zvané „šedá zóna“. Nyní nelze o zdraví společnosti jednoznačně rozhodnout.

4.6.2 Index IN05

Index IN05 jsou indexy vycházející z významných bankrotních indikátorů, tento index je však s ohledem na dané české podmínky akceptovatelný i z hlediska vlastníka.

$$IN05_{2007} = 0,13 \times 0,162 + 0,04 \times 0,238 + 3,97 \times 0,315 + 0,21 \times 0,311 + 0,09 \times 0,082 = \mathbf{1,109}$$

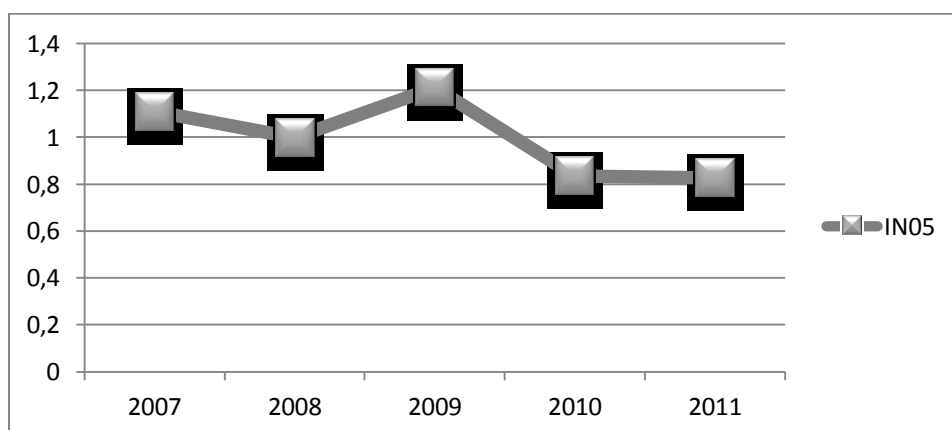
$$IN05_{2008} = 0,13 \times 0,159 + 0,04 \times 0,177 + 3,97 \times 0,318 + 0,21 \times 0,260 + 0,09 \times 0,083 = \mathbf{0,997}$$

$$IN05_{2009} = 0,13 \times 0,176 + 0,04 \times 0,323 + 3,97 \times 0,389 + 0,21 \times 0,244 + 0,09 \times 0,080 = \mathbf{1,212}$$

$$IN05_{2010} = 0,13 \times 0,176 + 0,04 \times 0,181 + 3,97 \times 0,175 + 0,21 \times 0,231 + 0,09 \times 0,071 = \mathbf{0,835}$$

$$IN05_{2011} = 0,13 \times 0,179 + 0,04 \times 0,183 + 3,97 \times 0,177 + 0,21 \times 0,220 + 0,09 \times 0,069 = \mathbf{0,827}$$

Graf 4.16: Vývoj IN05 v letech 2007 - 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Pomocí modelu IN05 je řešena situace, kde hodnoty dosahují výchozího stavu a přijímají variantu modelu, která zní $IN05 > 1,6$. Z hlediska vyšších hodnot je tomu doopravdy, že hodnoty bohužel sahají pod index 1,6. Podnik tvoří hodnotu s pravděpodobností 67 %.

4.6.3 Taflerův bankrotní model

Taflerův bankrotní model je založen na ukazatelích, jež odrážejí klíčové charakteristiky platební schopnosti společnosti, mezi které patří ziskovost, přiměřenost pracovního kapitálu, likvidita a finanční riziko.

$$Z(Taf.)_{2007} = 0,53 \times 0,061 + 0,13 \times 0,101 + 1,18 \times 0,124 + 0,16 \times 0,237 = \mathbf{0,523}$$

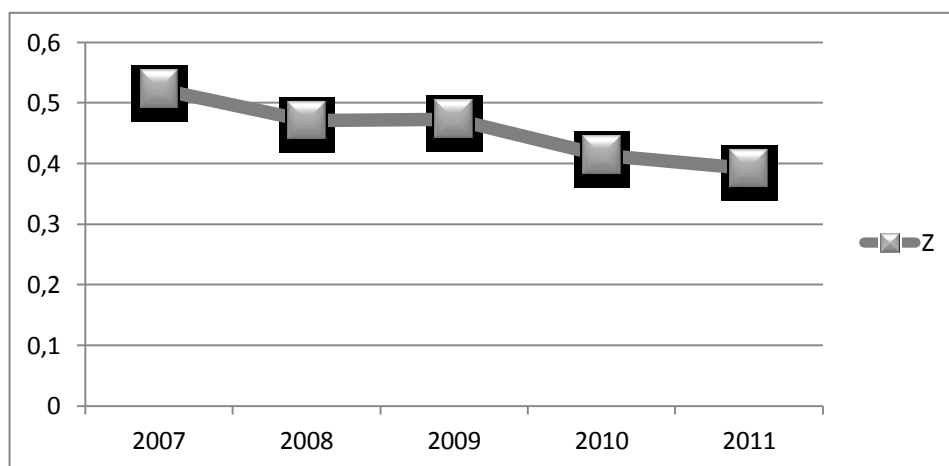
$$Z(Taf.)_{2008} = 0,53 \times 0,067 + 0,13 \times 0,093 + 1,18 \times 0,113 + 0,16 \times 0,198 = \mathbf{0,471}$$

$$Z(Taf.)_{2009} = 0,53 \times 0,087 + 0,13 \times 0,093 + 1,18 \times 0,107 + 0,16 \times 0,186 = \mathbf{0,473}$$

$$Z(Taf.)_{2010} = 0,53 \times 0,037 + 0,13 \times 0,087 + 1,18 \times 0,112 + 0,16 \times 0,176 = \mathbf{0,414}$$

$$Z(Taf.)_{2011} = 0,53 \times 0,041 + 0,13 \times 0,079 + 1,18 \times 0,105 + 0,16 \times 0,168 = \mathbf{0,392}$$

Graf 4.17: Vývoj Traflerova indexu v letech 2007 - 2011



Zdroj: Vlastní zpracování

Pomocí Tafelrova modelu je řešena situace, kdy bankrotní hodnota vyšla ve všech letech nad hodnotu z-skore 0,3, znamená to, že je malá pravděpodobnost bankrotu. U tohoto výsledku se však mluví i o tzv. „šedé zóně, kdy se nám výsledek jeví jako neurčitý.

4.7 Porterova analýza pěti sil

Porterova analýza slouží společnosti k dosažení úspěchu. Tato podkapitola se věnuje pěti konkurenčním silám společnosti Kofola a.s., mezi které patří nová konkurence, stávající konkurence, dodavatelé, zákazníci a substituty.

Nová konkurence

Technologie a inovace jsou nezbytností pro udržení si zákazníků a zachování si pozice na trhu. Za novou konkurenci společnosti Kofola, můžeme považovat společnosti s výrobou točených limonád, které se poslední dva roky hodně rozšířily a najdeme je v mnoha restauracích a hospodách. Za nové konkurenty pak společnost považuje nákupem firmy Pinelli, společnosti s výrobou energetických nápojů Semtex a Erektus, jež vyrábějí jiné energetické nápoje, jako je například energetický nápoj Red Bull, Shock, Monster nebo také Rockstar. Jen těžko však lze nalézt společnosti s výrobou nealkoholických nápojů, které by pokrylo tak velké produktové portfolio jaké má společnost Kofola nebo zahraniční značky Coca-la a Pepsi. Proto se společnost Kofola a.s. může bát hrozeb ze strany takových konkurentů, kteří se zabývají výrobou produktů z jednotlivých segmentů. Avšak i v těchto jednotlivých segmentech hrozí společnosti nová konkurence poměrně hodně.

Stávající konkurence

Mezi stávající konkurenci společnosti patří, jak už bylo zmíněno, nadnárodní značky Coca-cola a Pepsi. Společnost Coca-cola má jako společnost Kofola a.s. rozšířené portfolio a mezi její nejznámější produkty patří Coca-cola (light, zero), Fanta, Sprite, Lift, čaje Nestea, džusy Cappy a pramenité vody Bonaqua. Společnost Pepsi je charakteristická také rozšířeným portfoliem a mezi její produkty naopak zase patří Pepsi (max, light, twist), Mirinda, Schweps, 7up, čaje Lipton, džusy Toma a pramenité vody Tona natura. Z českého trhu je to společnost Walmark a.s., Třinec, Limaco s.r.o., Rakvice a Fonatána a.s., Kroměříž. Všechny tyto společnosti působí v stejné oblasti jako společnost Kofola a.s. Výhodou společnosti je různorodé portfolio, oproti těmto třem společnostem. Ty se zabývají výrobou nealkoholických nápojů jen z úzkého hlediska. Velkou konkurenci společnost Kofola a.s. můžeme vidět ve společnosti Maspex Czech s.r.o., která patří na českém trhu mezi lídry v prodeji nealkoholických nápojů, především ovocných nápojů, nektarů a džusů. Vyrábí značku džusů Relax, která je konkuruje značce společnosti Kofola a.s. džusům Snipp, dále pak je to nápoj pro děti Kubík, který konkuruje značce společnosti Kofola a.s. dětského nápoje Jupík. Klíčový význam konkurence společnosti Kofola a.s. je právě členitost produktů. Při srovnání

například reklam Coca-coly, Kofoly a Pepsi společnosti soutěží v rámci trhu nealkoholických nápojů v rámci jednoho trhu. Každá s těchto dvou uvedených společností se snaží odlišit a tím si budovat svůj vztah ke konečným zákazníkům a svou vlastní spotřebitelskou základnu. Když se podíváme na charakter značky Coca-cola a na charakter jejich reklam, můžeme říci, že se jedná jiný charakter než u společnosti Kofola a Pepsi. Dalo by se říci, že spolu soutěží, ale každá společnost však využívá jiný charakter marketingové komunikace, což je od sebe odlišuje.

Dodavatelé

Společnost k výrobě svých produktů používá suroviny, které nepatří do skupiny těžko dostupného materiálu, nemá tedy žádné problémy s jejím obstaráváním. Společnost používá ověřené suroviny potřebné k výrobě svých nealkoholických nápojů, mezi hlavní suroviny patří voda, cukr, oxid uhličitý, kofein, přírodní barviva, kyseliny fosforečná, askorbová a citrónová, stabilizátory, konzervační látky, náhradní sladidla, přírodní aroma, ovocné dřeně, šťávy apod. Jelikož společnost vyrábí mnoho druhů nápojů a potřebuje různé suroviny, nakupuje od různých dodavatelů, má tedy pro každou surovinu má svého ověřeného dodavatele, se kterým se snaží vést dlouhodobě budovaný vztah dodavatelsko-odběratelský. Tak jako jiné podniky a společnosti, tak i společnost Kofola a.s. má připraveného náhradního dodavatele, touto situací se snaží předejít případným výpadkům v dodávkách surovin a následného nedostatku surovin. Společnosti má tuto strategii aplikovanou jak na českém, tak i slovenském a polském trhu.

Zákazníci

Společnost jako každá jiná, má svou vizi, kterou je být preferovanou volbou pro zákazníky. Nejčastějšími odběrateli společnosti Kofola a.s. jsou velkoobchody, supermarkety, hypermarkety a maloobchodní řetězce. Konečnými zákazníky jsou spotřebitelé a konzumenti, mezi které řadíme různé věkové kategorie. Společnost se snaží vyhovět všem věkovým kategoriím svými produkty, například pro děti vyrábí známý nápoj Jupík, pro střední kategorii jsou určeny energetické nápoje, džusy Jupí a Snipp, Kofola, RC Cola, Rajec, různé šťávy apod. Mezi konečné zákazníky však řadíme více věkovou hranici 15 až 35, kdy si tuto věkovou kategorii společnost získala prostřednictvím upoutávacích předmětů, desingu, reklam nebo třeba jedinečného známého motta „Když jí miluješ, není co řešit“. Nealkoholický nápoj Kofola Original se začal objevovat s různými příchutěmi jako je například Kofola Citrus, Kofola bez cukru, Kofola Extra bylinková, Kofola Barborková nebo Kofola višňová.

Zákazníci si tak mohou vybrat svou neoblíbenější příchut', z velké škály nabízených nápojů známe historické značky Kofola.

Substituty

Společnost se pohybuje v takové oblasti výroby nealkoholických nápojů, ve které existuje velké množství substitutů. Má se na mysli především čaj, káva, ovocné džusy, pramenité vody, limonády, instantní nápoje apod. Společnost proto musí sledovat nabídku a ceny substitutů jiných firem. Měla by se zaměřit hlavně na nové trendy a zvyky ve spotřebitelském chování. Například zákazníci v dnešní době vyžadují zdravější konzumaci produktů bez konzervačních látek a s menším přídatkem cukru. Společnost Kofola se snaží v této situaci uspokojit požadavky svých zákazníků a vyrobila linku na horký rozliv „hot fill“, který umožňuje výrobu sirupů a ovocných nápojů, bez toho, aby byly použity konzervační látky nebo také začala vyrábět nealkoholický nápoj Kofola bez cukru. Společnost Kofola a.s. má široké portfolio a rozrůzněné portfolio nealkoholických nápojů, takže si každý konečný spotřebitel vybere ten svůj produkt. Bohužel stává se, že trh je tolik přesycen, že se vyskytnout i jedinci, kteří tvoří náhradní nebo podobné výrobky třeba za nižší cenovou dostupnost, například v podobě kofolového nápoje a džusů, neohrožuje to nějak společnost z toho důvodu, že značka Kofola patří mezi ověřenou poctivou značku nealkoholického nápoje.

4.8 SWOT analýza

SWOT analýza zobrazuje kompletní přehled vlastností interního a externího prostředí společnosti Kofola a.s. Cílem této analýzy je odhalovat silná a slabá místa, která se ve společnosti díky vnitřním a vnějším podmínkám vyskytují. Ukazuje hrozby spadající na společnost, ale naopak i příležitosti, kterými společnost disponuje. Následuje grafické zobrazení analýzy podnikatelského prostředí SWOT, kde jsou uvedeny všechny čtyři aspekty spadající do vnějšího a vnitřního prostředí společnosti Kofola a.s.

Obr. 4.2: SWOT analýza společnosti Kofola a.s.



Zdroj: Vlastní zpracování

Silné stránky

Společnost Kofola a.s. se může pyšnit širokým produktovým portfoliem, který pokrývá téměř všechny oblasti trhu nealkoholických nápojů. Pro společnost je to výhoda, jelikož svým širokým produktovým portfoliem je schopen uspokojit velké množství spotřebitelů. Mezi další silnou stránku lze řadit kvalitní reklamní kampaně, jež přinesly společnosti řadu ocenění. Mezi motta patří jedna nejpopulárnější „Když jí miluješ, není co řešit“. Silnou stránkou společnosti je spolumajitel a ředitel Jannis Samaras, který je vůdčí postavou společnosti a podílí se na tvorbě marketingu.

Slabé stránky

Mezi slabou stránku společnosti patří fakt, že se jedná o regionální značku ve srovnání s konkurencí, mezi které patří zejména nadnárodní značka Coca-Cola a Pepsi. Mezi slabou stránku se však řadí i omezený počet dodavatelů či také fakt, že společnost zatím působí jen na středoevropských trzích. Vzniká tak omezenost velikosti trhu a to ve srovnání s konkurencí.

Příležitosti

Společnost Kofola a.s. rozšiřuje své podnikatelské portfolio například o luxusní balení vody, které se jeví perspektivně, dále pak rozšířením o energetické nápoje či sirupy bez oxidantů. Mezi příležitosti společnosti můžeme zařadit i finanční krizi, jelikož se může stát pro podnik jak příležitostí, tak hrozbou. Dochází k tomu, že na trhu dojde k situaci, kdy podniky odchází z trhu z důvodu nedostatečných kapacit na překonání nastávající krize. Společnost Kofola a.s. má silné zázemí a může uskutečnit akvizice společnosti v úpadku a tím rozšířit své kapacity a získat jejich znalosti v podobě know – how, ale získat také i jejich stávající spotřebitele a to bez konkurenčního boje.

Ohrožení

Mezi největší hrozbu se řadí nadnárodní konkurence v podobě značek Coca-cola a Pepsi. Dále pak růst cen energií, kterou společnost nepřetržitě potřebuje na provoz, ale také růst cen potravin, jež mohou negativně ovlivnit budoucnost společnosti a její výrobu. Dalším negativním faktorem může také být současná finanční krize a nezaměstnanost lidí, v jejichž překonání doufají všechny společnosti.

5. Návrhy a doporučení

Obsahem kapitoly jsou kompletovány stručné závěry vycházející z předchozích ekonomických a finančních analýz. K dispozici budou závěry strategické analýzy, výsledky vertikální a horizontální analýzy, výsledné návrhy bilančních pravidel, čistého pracovního kapitálu a poměrové analýzy. Za zmínku pak stojí výsledné zhodnocení Porterové analýzy pěti sil a SWOT analýzy.

Strategická analýza společnosti Kofola a.s. se skládá z externího a interního prostředí, kde součástí externího prostředí je makro a mikro okolí. Interní prostředí tvoří především SWOT analýza společnosti.

Externí prostředí není pro společnost vyhovující, jelikož je ovlivňováno vnějším okolím, nezbyvá společnosti nic jiného, než se přizpůsobit dané situaci. Analýza makrookolí společnosti závisí na řídicím procesu managementu, jenž se snaží být pohotový a reagovat na blížící se hrozby. Analýza mikrookolí společnosti je zaměřena na odvětví, kde společnost Kofola a.s. soutěží se svými konkurenty a snaží se jim uniknout do popředí. Využívá nástrojů jako je vylepšování a inovování svých výrobků a technologií.

Interní analýza společnosti docílila pozitivní závěrů. Společnost Kofola a.s. disponuje množstvím silných stránek, jež pomáhají budovat a dodržovat její postavení. Management společnosti je zdatný, způsobilý, má vzdělané pracovníky, disponuje renomovanou značkou a vzhledem společnosti, zajišťují její prvenství v daném odvětví v rámci Moravskoslezského kraje.

Vertikální a horizontální analýza výkazu společnosti odhalila projev trendu růstu dlouhodobého majetku, dále pak převyšuje hladina cizího kapitálu a skladové zásoby dosahují vyšších hodnot, než by měly.

Analýza bilančních pravidel – zlaté bilanční pravidlo zjistilo stav, kdy se dlouhodobý majetek společnosti zvyšuje, je tedy financován i krátkodobými zdroji. V tomto případě se jedná o výbojnou formu financování, která představuje dražší alternativu a brzdí se tím společnost další vývoj. Z hlediska hodnocení nízkého rizika, kdy se požaduje, aby ve společnosti bylo více vlastního kapitálu než cizího, není pravidlo splněno. Jelikož skutečnost společnosti Kofola a.s. je takový, že cizí zdroje převyšují vlastní kapitál. Poslední pravidlo pari, požaduje, aby byl dlouhodobý majetek kryt celým vlastním kapitálem jen výjimečně, není splněno. Dlouhodobý majetek společnosti je kryt dlouhodobě celým svým majetkem.

Analýza čistého kapitálu přinesla zjištění o výsledku postupného snížení oproti prvnímu roku 2007. Společnost tedy z hlediska vlastníka je na dobré pozici, jelikož v této situaci je lepší čistý pracovní kapitál minimalizovat, což se tak právě děje.

Poměrová analýza došla k výsledkům, jež jsou pro společnost uspokojivá, krom posledního roku 2011, kde můžeme zaznamenat ne moc vyhovující stav společnosti. Tento rok můžeme považovat za slabší, ale na následující rok tento stav nemusí mít vliv.

Ukazatele rentability – dochází k zjištěným výsledkům ne zcela vynikajících hodnot, ale dá se říci, že do jisté míry příznivých hodnot.

Ukazatel výnosnosti aktiv (ROA) je vzhledem k prvnímu roku snížen. V roce 2007 činila hodnota výnosnosti aktiv 7,93 % a v roce 2011 už to bylo pouze 4,45 %. Proto zde můžeme konstatovat, že společnost nejeví, takovou návratnost aktiv, jak by správně měla, ale výsledná hodnota se dá považovat jako uspokojivá.

Ukazatel rentability tržeb (ROS) byl na nejvyšší úrovni v roce 2009, kdy hodnota činila 7,57 %, pak se v roce 2010 snížila na hodnotu 2,18 %, ale v roce 2011 se hodnota opět zvedla na 3,22 %. Můžeme tedy říci, že společnost při vynakládání svých prostředků dokáže hospodařit, umí do jisté míry kontrolovat své náklady a to je velmi důležité.

Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE) měřící výnosnost kapitálu, které do společnosti vložili jeho vlastníci, vyšel v poměrně pozitivních hodnotách, sice poslední rok 2011 je méně výnosný oproti roku 2007. V roce 2007 činila rentabilita vlastního kapitálu 48,88 % a v roce 2011 se jedná už jen o 12,37 %. Snížení je výrazné, ale je pořád na uspokojující úrovni a můžeme zde konstatovat, že společnost je do jisté míry na dobré úrovni.

Ukazatel rentability nákladů (ROS) ukazuje situaci, kdy se hodnoty, tak jako u předchozích ukazatelů snižují oproti prvním letem. V roce 2001 činila rentabilita nákladů 27,14 % a v roce 2011 již činila 10,65 %, což vede ke konstatování situace, že společnost nejeví takovou návratnost užitého kapitálu, tak jak by opravdu měla.

Ukazatele aktivity – zaznamenal v obratu aktiv v posledním roce sníženou hodnotu oproti prvnímu roku. V roce 2007 činila hodnota tržeb 1,48 % a v roce 2011 je to 1,05 %. Což ukazuje menší celkový obrat aktiv, oproti předešlým letem. Důvodem snížení tržeb je vysoký růst cen surovin a vstupů, který se od roku 2011 hodně zvýšil, oproti předešlým letem. U ukazatele obratu zásob se jedná také o pokles, v roce 2007 činila hodnota 8,96 %, v roce 2011 však už 7,53 %. Společnost je od roku méně schopna přeměňovat své zásoby v tržby, jelikož

celkově rok 2011 společnost označuje za slabý rok. Obrat pohledávek činil ze začátku pokles, ale v posledních dvou letech je zaznamenáno celkové zvýšení z 3,31 % na 3,63 %.

Ukazatele likvidity – v běžné likviditě je společnost pod hranicí 1,5, což znamená, že společnost není schopna uhradit krátkodobé závazky z oběžných aktiv a je tedy nutné aby společnost hradila z dlouhodobých zdrojů. Likvidita pohotová společnosti spadá pod doporučenou hodnotu 1, což je pro společnost špatná situace. Okamžitá likvidita společnosti vyšla v dobré míře a můžeme tedy konstatovat, že společnost je schopna hradit své krátkodobé závazky spolehlivě ať už z hotovostí z pokladen, z běžných účtů či hotovosti uložených v krátkodobě obchodovatelných cenných papírech.

Ukazatele zadluženosti – Celková zadluženost a dlouhodobá zadluženost se vyznačují v posledním roce stejnou hodnotou 72,7 %, jedná se o snížení oproti předešlým letem.

Ukazatele produktivity – osobní náklady z přidané hodnoty jsou pro rok 2011 vyšší a hodnota je 56,34 %. Společnost Kofola a.s. se sídlem v Krnově k roku 2011 zaměstnává 531 zaměstnanců. Pobočky má nejen v České a Slovenské republice, ale i v Polsku a Rusku.

Bankrotní a bonitní modely nevyšly dle nejlepších výsledků, ale dá se očekávat zlepšení. Altmanovo Z-skore nabylo v posledním roce hodnoty 1,6, což vypovídá o tom, že společnosti je tzv. „šedé zóně“, což znamená, že nemůžeme přesně konstatovat, jak na tom společnost doopravdy je. Můžeme z hlediska nevýnosného roku 2011 konstatovat, že společnost v tomto roce, oproti rokům předchozích, kde z-skore vyšlo v uspokojujících hodnotách, se společnost z tohoto stavu zotaví. Stejných hodnot vyšel i druhý index IN05, který v posledním roce nabyl hodnoty 0, 8. Hodnota Taflerova indexu nevyšla tak jak by měla, hodnota opět spadá pod hodnotu požadovanou, tedy 0,4.

Analýza konkurence odhalila skutečnost, že na moravskoslezském trhu působí kromě společnosti Kofola a.s., ještě dva významní prodejci nealkoholických nápojů. Nejvýznamnějším konkurentem je společnost NIKOL Nápoje a.s., která působí na trhu nealkoholických nápojů 15 let a vyrábí kvalitní nealkoholické nápoje – limonády a sirupy. Dalším konkurentem s výrobou nealkoholických nápojů je společnost ONDRÁŠOVKA a.s, je výrobcem minerálních vod Ondrášovka a léčivé minerální vody Šaratica.

Doporučení ve finančním stavu zní zajistit v oblasti likvidity některou složku oběžných aktiv nebo snížit krátkodobé závazky. Ve vztahu k souhrnným indexu hodnocení finančního zdraví, vypovídající o tom, že společnost Kofola a.s. se nachází v tzv. šedé zóně, bych doporučovala nečinit žádné závěry, jelikož podle Taflerova bankrotního modelu

společnost nese minimální pravděpodobnost bankrotu. Společnost nevykazovala v roce 2011 uspokojivých hodnot, je potřeba tedy brát zřetel na ekonomické a sociální vlivy, které se sice nedají ovlivnit nebo odstranit, ale utlumit pomocí nalézáním jiných variant řešení.

6. Závěr

Finanční analýza je hlavním nástrojem finančního řízení podniku, dokáže nám mnohé vysvětlit, například pozici či chování společnosti. Proto údaje, které společnost zveřejňuje, musejí být správné, prokazatelné a věcné, neboť omyly by mohli vést k neblahým důsledkům pro společnost.

Cílem diplomové práce bylo pomocí metod a technik pro diagnostikování podniku, zjistit zdraví společnosti Kofola a.s. se sídlem v Krnově. Cíl diplomové práce byl splněn. K dispozici byly účetní výkazy společnosti za období pěti let, od roku 2007 do roku 2011. Nehlavnější metodou pro diagnostikování v diplomové práci byla finanční analýza.

Z finanční analýzy společnosti Kofola a.s. jsme si všimli, že jednotlivé ukazatele v posledním roce hospodaření, nedocílily příznivých výsledků. Rok 2011 byl pro společnost Kofola a.s. rokem ne příliš zdařilým, příčiny můžeme hledat například ve zdražení cen vstupů a to především základních surovin pro výrobu jako je cukru a ovoce, nebo také ve zdražení energií a pohonných hmot. Společnost se ale i nadále snaží, aby měla co nejnížší náklady a růst cen vstupů nahradila.

Seznam použité literatury

Monografické publikace

- [1] HUMLOVÁ, Vlasta, POZATKOVÁ, Blanka, FIALOVÁ, Vendula. Podnik a podnikání II. 1. vyd. Ostrava: Union, 2005. 101 s. ISBN 80-86764-19-2.
- [2] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: Strategie a trendy. 1. vyd. Praha Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [3] KAŠÍK, J., MICHALKO, M., a kol. Podniková diagnostika. Ostrava: Tandem, 1998, 343 s. ISBN 80-902167-4-9.
- [4] KAŠÍK, J. a kol. Metody a techniky diagnostikování podniku. Ostrava: MAJ, 1996, 197 s. ISBN 80-7048.
- [5] KEŘKOVSKÝ, M., VYKYPĚL, O., Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2006, 206 s. ISBN 80-7179-453-8.
- [6] KISLINGEROVÁ, Eva, HNILICA, J., *Finanční analýza – krok za krokem*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008, 135s. ISBN 978-80-7179-713-5.
- [7] KNÁPKOVÁ, A., PAVELKOVÁ, D. *Finanční analýza. Komplexní průvodce s příklady*. Praha: Grada Publishing, 2010, 208 s. ISBN 978-80-247-3349-4.
- [8] KOTLER P., WONG V., SANDERS J., ARMSRONG G. *Moderní marketing, 4. evropské vydání*. Grada, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [9] MALLYA, Thaddeus. *Základy strategického řízení a rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, 252 s. ISBN 978-80-247-1911-5.
- [10] MARINIČ, P., *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. Praha: Grada Publishing, 2008, 240 s. ISBN 978-80-247-2432-4.
- [11] MAŘÍK, M., a kol. *Metody oceňování podniku. Proces ocenění základní metody a postupy*. 2. vyd. Prah: Ekopress, 2007, 492 s. ISBN 978-80-86929-32-3.
- [12] MIKOLÁŠ, Z., PETERKOVÁ, J., TVRDÍKOVÁ, M. a kol. *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011. 338 s. ISBN 978-80-7400-379-0.
- [13] MIMICK, Richard H. a Michael THOMPSON. *Business Diagnostics: evaluate and Grow Your Business*. 2nd de. Victoria: Trafford, 2006. 261 p. ISBN 1-55212-764-8.

- [14] MRKVIČKA, J., KOLÁŘ, P. *Finanční analýza*. 2. vyd., Praha: ASPI, 2006, 228 s. ISBN 80-7357-219-2.
- [15] ROSOCHATECKÁ, E., a kol. *Ekonomika podniků*. 9. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze Provozně ekonomická fakulta, 2010, 209 s. ISBN 978-80-213-1892-2.
- [16] RŮČKOVÁ, P., *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 144s. ISBN 978-80-247-3916-8.
- [17] RŮČKOVÁ P., ROUBÍČKOVÁ M. *Finanční management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 296 s. ISBN 978-80-247-4047-8.
- [18] SEDLÁČEK, J., *Finanční analýza podniku*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2011, 152 s. ISBN 978-80-251-3386-6.
- [19] SCHOLLEOVÁ, H. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 272 s. ISBN 978-80-247-4004-1.
- [20] SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [21] VOCHOZKA, M., *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada Publishing, 2011, 248 s. ISBN 978-80-247-3647-1.
- [22] VOCHOZKA M., MULAČ, P. a kol. *Podniková ekonomika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 576 s. ISBN 978-80-247-4372-1.

Elektronické dokumenty a ostatní

- [23] ZACHAŘ, N. Marketingová strategie firmy Kofola. Brno, 2009. Diplomová práce. Masarykova univerzita Brno. Fakulta ekonomicko-správní. Katedra podnikohospodářská.
- [24] Firma.kofola.cz [online]. c2011 [cit. 2013-04-17]. Dostupný z WWW:
<http://firma.kofola.cz/index.php?menu=39&zobrazdetail=1&idclankunovinka=399&vybran_yrok=2011>.
- [25] Firma.kofola.cz [online]. c2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupný z WWW:
<<http://firma.kofola.cz/79-zivotni-prostredi.html>>.
- [26] Firma.kofola.cz [online]. c2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupný z WWW:
<<http://firma.kofola.cz/18-historie.html>>.
- [27] Firma.kofola.cz [online]. c2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupný z WWW:

< <http://firma.kofola.cz/24-struktura.html>>.

[28] Justice.cz [online]. c2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupný z WWW:

< <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl?subjektId=isor%3a800009011&klic=5cmxem>>.

Seznam zkratek

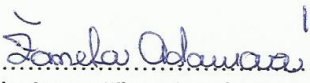
a.s.	Akciová společnost
CP	cenný papír, cenné papíry
ČPK	čistý pracovní kapitál
DFM	dlouhodobý finanční majetek
DHM	dlouhodobý hmotný majetek
DM	dlouhodobý majetek
DNM	dlouhodobý nehmotný majetek
EAT	zisk po zdanění
EBIT	zisk před úhradou nákladových úroků a daně z příjmů
EBT	zisk před zdaněním
HM	hmotný majetek
HV	hospodářský výsledek
NM	nehmotný majetek
OA	oběžná aktiva
RF	rezervní fond
ROA	rentabilita celkových vložených aktiv
ROCE	rentabilita dlouhodobých zdrojů, rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu
ROE	rentabilita vlastního kapitálu
ROI	rentabilita vloženého kapitálu
ROS	rentabilita tržeb
ÚJ	účetní jednotka
ÚO	účetní období
VK	vlastní kapitál
VZZ	výkaz zisku a ztráty
ZC	zůstatková cena
ZK	základní kapitál

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́доміі, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 22.4.2013


jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha 1: Rozvaha v letech 2011- 2007

Příloha 2: Výkaz zisku a ztráty v letech 2011 – 2007

Příloha 3: Horizontální analýza rozvahy

Příloha 4: Horizontální analýza VZZ

Příloha 5: Vertikální analýza rozvahy

Příloha 6: Vertikální analýza VZZ

Příloha 7: Souhrnné bankrotní a bonitní modely